

Communiqué de presse

Date: 26 février 2026

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

Sujet: Automotive consumer study

L'écart des revenus offre une explication à l'adoption lente des véhicules électriques à batterie (VEB) en Belgique
Une étude Deloitte révèle que la préférence pour les véhicules électriques reste faible chez les particuliers en Belgique, principalement en raison des consommateurs à faibles revenus qui considèrent les coûts plus élevés et un marché d'occasion limité comme des obstacles à l'adoption.

Points clés:

- L'adoption des véhicules électriques à batterie (VEB) en Belgique stagne, avec 12 % des personnes qui le préfèrent pour leur prochain achat, contre 11 % en 2025.
- L'adoption est inégale selon les différentes catégories démographiques en Belgique, avec 59 % des ménages à faibles revenus préférant les véhicules à moteur à combustion interne (ICE) pour leur prochain achat, tandis que seulement 6 % envisagent un VEB.
- Les consommateurs belges manifestent le plus d'intérêt pour le marché de l'occasion (37 %) et semblent moins enclins à rester fidèles à une marque – ce qui indique une forte sensibilité au prix.
- Les consommateurs belges accordent la plus grande valeur aux fonctionnalités connectées qui améliorent la sécurité malgré des préoccupations persistantes concernant le partage de données.
- Comparés aux pays voisins, les Belges sont les plus réservés quant aux véhicules définis par logiciel, mais s'intéressent aux capacités Over The Air (OTA) qui ont le potentiel de prolonger la durée de vie des véhicules.

Bruxelles, 26 février 2026

Deloitte a publié sa dernière édition de l'Étude mondiale sur les consommateurs automobiles, une enquête menée auprès de plus de 28 000 consommateurs privés dans le monde, dont 1 004 répondants belges. L'étude fournit des informations sur les préférences des consommateurs en matière de véhicules électriques à batterie (VEB), l'évolution des intentions d'achat et l'évolution des attitudes envers les logiciels et fonctionnalités embarqués. Bien que les résultats indiquent que les consommateurs belges restent attachés aux véhicules essence et diesel, une analyse plus approfondie des données montre que cette préférence est largement portée par les consommateurs à faibles revenus (ceux ayant un revenu annuel inférieur à 27 000 €).

Les trois cinquièmes des consommateurs à faibles revenus préfèrent les véhicules thermiques pour leur prochain achat

Toutes catégories confondues, 45 % des consommateurs préfèrent un véhicule à essence ou diesel pour leur prochain achat, contre 31 % pour les véhicules hybrides et 12 % pour les VEB, ce qui montre qu'il existe une demande répartie entre différentes technologies de véhicules. Pour les Belges soucieux des prix, la prime tarifaire des véhicules électriques reste la principale préoccupation (43 %) qui freine leur décision d'en acheter un, tandis que la réduction des coûts de carburant demeure le principal facteur indicatif à l'achat (37 %). Malgré la disponibilité croissante des VEB et leur potentiel à aider les consommateurs à économiser sur le coût de carburant à long terme ; ils restent néanmoins hors de portée pour une grande partie de la population.

Les consommateurs à faible revenu expriment massivement une préférence pour un moteur à combustion interne (ICE) pour leur prochain véhicule (59 %), avec seulement 37 % des consommateurs à hauts revenus (ceux gagnant 48 100 € et plus) partageant cette même préférence. En revanche, un cinquième des consommateurs à hauts revenus envisagent un VEB pour leur prochain véhicule, tandis qu'un maigre 6 % des consommateurs à faibles revenus déclarent la même intention. Les consommateurs à revenu intermédiaire (ceux qui gagnent entre 27 000 et 48 099 €) se situent quelque part au milieu, 44 % préférant un moteur thermique pour leur prochain véhicule, et un dixième envisageant un VEB. Parmi les Belges de tous niveaux de revenus, la qualité et le prix du produit sont les deux principaux facteurs influençant leur prochain achat de véhicule, plus de la moitié (51 %) indiquant que ces critères comptent le plus pour eux, suivis par la performance du véhicule (27 %).

« Les consommateurs belges sont toujours aussi axés sur les prix », **déclare Aled Walker, Automotive Leader chez Deloitte Belgium.** « Les consommateurs continuent de demander des véhicules pour toutes les options de motorisation, du moteur à combustion interne traditionnel aux technologies hybrides et électriques. Bien que l'adoption des VEB soit restée stagnante, les consommateurs rapportent que les économies potentielles sur le carburant seraient le principal moteur d'achat d'un VEB, tandis que la prime tarifaire reste le principal obstacle à l'achat. Une analyse plus approfondie des données révèle qu'il existe un écart significatif entre les attitudes des consommateurs aux revenus les plus élevés et les plus faibles, avec seulement 6 % des consommateurs à faibles revenus envisageant un VEB contre un cinquième des ménages à revenu élevé. En d'autres termes, les bénéfices potentiels de l'électrification, tels que des coûts à long terme plus faibles et l'accès à de nouvelles technologies durables, sont concentrés parmi les groupes à revenus élevés. Si ce déséquilibre n'est pas corrigé, il existe un risque que la transition vers une mobilité zéro émission renforce une fracture sociale plus large en Belgique. »

Les Belges préfèrent faire leurs achats sur le marché de l'occasion, mais la disponibilité des VEB est limitée

La sensibilité au prix des Belges est renforcée par l'intérêt croissant pour le marché de la voiture d'occasion ainsi que par le manque de fidélité envers une seule marque. Les consommateurs âgés de 18 à 34 ans (55 %), les consommateurs à faible revenu (52 %) et les femmes (44 %) en particulier sont plus susceptibles d'opter pour un véhicule d'occasion que pour un neuf. Cependant, les VEB ne sont pas encore présents en grand volume sur le marché des voitures d'occasion.

L'incertitude autour de l'état de santé des batteries et les coûts potentiels de remplacement fait également des VEB d'occasion un risque perçu pour les ménages disposant d'une marge financière limitée. Dans ce contexte, les véhicules à combustion thermique presque neufs et certifiés d'occasion restent l'option prévisible et privilégiée. Il existe également un écart marqué dans la méthode de paiement entre les marchés des voitures neuves et d'occasion, avec 80 à 82 % des voitures d'occasion achetées en espèces tandis que 80,5 % des voitures neuves sont financées par crédit.

Par ailleurs, les Belges ont tendance à ne pas être fidèles à une marque particulière, 48 % possédant une voiture différente de leur voiture précédente. En classant les facteurs qui influencent les décisions d'achat de véhicule, un peu plus d'un quart seulement a déclaré que la familiarité de la marque (26 %) était importante, tandis que 16 % ont indiqué que l'image de marque est un facteur important dans leur prochain achat de véhicule.

« Le fort appétit pour les véhicules d'occasion montre que l'accessibilité financière est le véritable goulot d'étranglement pour de nombreux foyers belges », **ajoute Aled Walker, Automotive Leader chez Deloitte Belgium.** « Pour garantir que les consommateurs à faible revenu puissent accéder à une mobilité zéro émission, le marché des VEB d'occasion bénéficierait d'une transparence accrue et d'un meilleur soutien concernant la santé des batteries, les garanties et les prix, s'appuyant sur les efforts existants pour renforcer la confiance du marché. »

Les consommateurs belges sont les moins convaincus de l'utilité perçue des véhicules définis par logiciel

Parmi tous les pays européens sondés, les consommateurs belges semblaient être les moins intéressés par l'idée que leur prochain véhicule permette la personnalisation et l'expansion des fonctionnalités tout au long de son cycle de vie, avec deux cinquièmes déclarant que cela n'est pas utile (40 %), tandis que 31 % ont déclaré que c'est utile. L'intérêt des consommateurs pour utiliser leurs véhicules comme plateformes de services intégrés reste faible en Europe par rapport à des pays comme la Chine. La Belgique et les Pays-Bas sont les moins intéressés par ce type de services, avec seulement 19 % des consommateurs dans chaque marché qui manifestent un intérêt.

En ce qui concerne les fonctionnalités supplémentaires, les consommateurs belges sont prêts à payer pour des capacités de mise à jour Over The Air (OTA) lorsqu'ils peuvent ajouter des fonctionnalités améliorant la surveillance de l'état et de l'entretien des véhicules (45 %), la sécurité et la sûreté (43 %) et les fonctions d'assistance à la conduite (40 %). Moins d'un tiers des consommateurs belges ont indiqué qu'ils seraient susceptibles d'utiliser des fonctionnalités de personnalisation du véhicule activées par l'intelligence artificielle (30 %), moins que leurs homologues des pays voisins. Une grande part des consommateurs conserverait leur véhicule plus longtemps si les mises à jour se poursuivaient tout au long de la propriété, positionnant le logiciel comme un levier clé pour renforcer la fidélité et élargir les opportunités de revenus basées sur le logiciel.

Pour les consommateurs belges, la plus grande préoccupation concernant le partage des données avec les constructeurs automobiles (OEM) et les compagnies d'assurance concernait les données provenant des caméras en cabine (46 %), les données synchronisées depuis les appareils connectés (45 %), les données liées à l'utilisation des services connectés (45 %) et les données biométriques provenant des capteurs du cockpit (44 %).

Les concessionnaires agréés restent la destination de service privilégiée

Les Belges privilégient la qualité du service, la confiance et la transparence lors du choix et de l'évaluation des prestataires de services automobiles, ce qui explique peut-être pourquoi la majorité des Belges choisissent un concessionnaire pour l'entretien de leur véhicule (68 %). Si une relation de confiance (21 %) et la qualité du travail (18 %) sont les principaux critères de choix de ce prestataire, les aspects les plus importants de l'expérience de service sont le coût (28 %), la transparence des prix (14 %) et le niveau de service client (14 %). Au final, les propriétaires belges de voitures valorisent des résultats d'entretien clairs, équitables et bien expliqués.

Lien vers le rapport complet : www.deloitte.com/be/automotive-study

Deloitte en Belgique

Avec plus de 5 400 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. Un chiffre d'affaires de 822,2 millions EUR a été réalisé pour l'exercice 2025.

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 470 000 professionnels est disponible sur tous les continents. Pour l'exercice 2025, le chiffre d'affaires de Deloitte Touche Tohmatsu Limited s'est élevé à plus de 70,5 milliards 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. Rendez-vous sur la page <http://www.deloitte.com/about> pour une description plus détaillée de la structure juridique de DTTL et de ses cabinets membres.