

Communiqué de presse

Contact : Isabel Box

Titre : Gestionnaire principal du marketing et des communications

Tél : +32 (0)2 302 25 51

Mobile : +32 (0)485 31 79 63

Email : ibox@deloitte.com

L'intérêt pour les véhicules à moteur à combustion interne augmente alors que les Belges hésitent à adopter des véhicules électriques

Une étude de Deloitte révèle que près de la moitié des consommateurs particuliers Belges préfèrent les voitures à essence ou diesel aux véhicules électriques (EV), citant des coûts initiaux élevés et des problèmes de recharge, soit une augmentation de quatre points de pourcentage par rapport à l'année dernière.

Faits saillants :

- 45 % des consommateurs belges préfèrent toujours les véhicules à essence ou diesel, contre 41 % l'année dernière, tandis que seulement 11 % opteraient pour un véhicule électrique. L'intérêt des consommateurs pour les VE est resté stable au cours des trois dernières années, malgré l'arrivée sur le marché d'un plus grand nombre de modèles et l'amélioration de l'infrastructure de recharge.
- Les coûts initiaux élevés (49 %) et les problèmes de recharge (43 % d'anxiété liée à l'autonomie, 40 % de temps de charge) restent les principaux obstacles à l'adoption des VE.
- Moins de 20 % des répondants ont l'intention d'acheter un véhicule au cours de la prochaine année, tandis que près de la moitié des consommateurs prévoient d'attendre entre un et cinq ans
- Près de la moitié des consommateurs belges considèrent que l'intégration d'Apple CarPlay et d'Android Auto est essentielle pour le prochain véhicule
- Un consommateur jeune et urbain sur trois est ouvert à la mobilité en tant que service (MaaS) en tant qu'alternative flexible à la possession d'une voiture privée.

Bruxelles, le 11 février 2025 – Deloitte a publié la dernière édition de l'*étude mondiale sur les consommateurs automobiles*, une enquête menée auprès de plus de 30 000 consommateurs privés dans le monde, dont 1 000 répondants belges. L'étude donne un aperçu des préférences des consommateurs pour les véhicules électriques (VE), de l'évolution des intentions d'achat et du rôle croissant des solutions de mobilité alternatives. Les résultats indiquent que les consommateurs belges retardent leurs achats de voitures et continuent de préférer les véhicules à essence et diesel aux VE. Dans le même temps, les consommateurs plus jeunes et urbains sont de plus en plus ouverts aux solutions de mobilité flexibles et partagées, mais le coût reste un facteur majeur dans la prise de décision.

45 % des consommateurs belges préfèrent toujours le MCI pour leur prochaine voiture, soit une augmentation de quatre points de pourcentage par rapport à l'année dernière

Malgré la disponibilité croissante des véhicules électriques, **45 % des consommateurs belges préfèrent toujours un moteur à essence ou diesel pour leur prochaine voiture**, contre 41 % l'année dernière et 39 % en 2023. En revanche, seulement 11 % choisiraient un VE. Cependant, par rapport à d'autres pays européens, ce chiffre est relativement élevé : la France (9 %), l'Espagne (7 %) et le Royaume-Uni (8 %) signalent tous des taux de préférence plus faibles pour les BEV. Seule l'Allemagne (14 %) se classe plus haut parmi les consommateurs privés. Le coût initial élevé reste le principal obstacle, cité par 49 % des répondants, suivi de l'anxiété liée à l'autonomie (43 %) et des inquiétudes concernant le temps de charge (40 %).

L'accessibilité de la recharge joue également un rôle important : 65 % des consommateurs préfèrent recharger à la maison, 17 % au travail et 17 % compter sur le stationnement dans la rue. En comparaison, 80 % des consommateurs britanniques rechargent à domicile, suivis par 71 % en Allemagne, tandis que la Belgique s'aligne étroitement sur la France et les Pays-Bas.

« Le coût initial élevé reste le principal obstacle pour les consommateurs belges lorsqu'ils envisagent de passer aux véhicules électriques », déclare **Aled Walker, Automotive Leader chez Deloitte Belgium**. « Près de la moitié des répondants citent l'abordabilité comme leur principale préoccupation, et pour beaucoup, l'écart financier entre les véhicules à moteur à combustion interne traditionnels et les VE est encore perçu comme trop important. De plus, l'accessibilité à la recharge reste un obstacle majeur, en particulier pour les citadins et les ménages à faible revenu qui n'ont pas accès à la recharge à domicile privée. Alors que 65 % des consommateurs préfèrent recharger à domicile, ceux qui n'ont pas d'allée ou de garage (environ 35 %) doivent compter sur une infrastructure de recharge publique, mais celle-ci peut souvent être beaucoup plus coûteuse à recharger. Il sera essentiel de relever ces défis financiers et d'infrastructures pour faire progresser l'adoption des véhicules électriques en Belgique. »

La baisse des coûts du carburant suscite l'intérêt pour les véhicules électriques – les femmes sont moins susceptibles d'envisager les VE

Alors que **50 % des personnes interrogées qui s'intéressent aux VE sont attirées par les véhicules électriques pour réduire les coûts de carburant**, les préoccupations environnementales deviennent de moins en moins un facteur décisif, avec seulement 37 % citant la durabilité comme principale raison de changer. Les jeunes générations restent les plus soucieuses de l'environnement, mais pour la plupart des consommateurs, les considérations financières priment. De plus, 28 % des personnes interrogées trouvent les VE attrayants pour leur expérience de conduite fluide et leurs coûts d'entretien réduits, tandis que 28 % s'inquiètent des nouvelles taxes ou prélèvements potentiels sur les véhicules à moteur à combustion interne (MCI).

L'étude met également en évidence un écart notable entre les sexes dans l'adoption des VE. **Les femmes et les ménages à faible revenu sont nettement moins susceptibles d'envisager les VE**, principalement en raison d'une préférence pour les véhicules d'occasion, d'un accès limité à la recharge à domicile et d'un manque de connaissances sur la technologie des VE. En moyenne, 11 % des consommateurs belges choisiraient un VE pour leur prochaine voiture, mais ce chiffre passe à 14 % chez les hommes et à seulement 8 % chez les femmes, ce qui souligne un net fossé entre les taux d'adoption.

Lorsqu'on leur demande quels sont les **facteurs les plus importants dans l'expérience de recharge d'un VE**, 36 % des personnes interrogées privilégient les temps de charge rapides, suivis de la facilité d'utilisation (17 %) et de l'accessibilité de l'emplacement (10 %). Notamment, les femmes sont le seul groupe à classer la sécurité personnelle parmi leurs trois principales préoccupations. Cela se reflète également dans leurs préférences en matière de lieu de recharge, 24 % des femmes interrogées privilégiant les stations-service traditionnelles avec chargeurs de VE plutôt que les centres de recharge dédiés aux VE.

Près de la moitié des consommateurs belges considèrent que l'intégration d'Apple CarPlay et d'Android Auto est essentielle pour le prochain véhicule

L'étude souligne également le rôle croissant de la **connectivité et de l'intelligence artificielle (IA)** dans les véhicules modernes, les consommateurs s'attendant à une intégration transparente avec leurs écosystèmes numériques. Malgré les efforts des constructeurs automobiles pour promouvoir des services connectés propriétaires, près de la moitié des consommateurs belges (48 %) considèrent l'intégration d'Apple CarPlay et d'Android Auto comme essentielle lors du choix de leur prochain véhicule. Cette préférence suggère que les consommateurs privilégient les solutions familières et conviviales plutôt que les systèmes spécifiques aux fabricants.

Au-delà de l'infodivertissement, les **fonctions de sécurité et de gestion des véhicules basées sur l'IA gagnent du terrain** auprès des consommateurs Belges. L'étude révèle une volonté croissante de payer un supplément pour des fonctionnalités qui améliorent la sécurité et la commodité. Plus de la moitié des répondants expriment leur intérêt à payer un supplément pour l'assistance d'urgence (54 %), la détection automatique des véhicules et des piétons (53 %) et les systèmes de suivi antivol (52 %). Cependant, malgré cet engouement pour les aides à la conduite alimentées par l'IA, la confiance dans la gestion des données reste un obstacle important. Alors que 31 % des consommateurs font confiance aux concessionnaires automobiles pour gérer leurs données, 20 % ne font confiance à aucune entité pour gérer les informations de leur véhicule en toute sécurité.

Les acheteurs de voitures reportent leur prochain achat – le moteur à combustion interne reste le premier choix

Le marché belge des voitures neuves privées continue de subir des retards, de nombreux consommateurs reportant d'un à cinq ans l'acquisition de leur prochain véhicule. Selon l'étude, **moins de 20 % des répondants ont l'intention d'acheter un véhicule au cours de la prochaine année, tandis que près de la moitié des consommateurs prévoient d'attendre entre un et cinq ans**. Cette tendance indique que le marché belge de la voiture individuelle ne s'est pas encore complètement redressé, en particulier par rapport aux pays voisins comme la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni, où plus de 20 % des consommateurs prévoient d'acheter une nouvelle voiture dans les six mois à un an.

Le marché de l'occasion est crucial, en particulier pour les jeunes acheteurs, les femmes et les ménages à faible revenu, qui préfèrent les voitures d'occasion certifiées ou les voitures d'occasion plus anciennes pour leur prix abordable. Les véhicules électriques (VE) restent marginaux sur le marché de l'occasion, la demande de véhicules à moteur à combustion interne étant nettement plus élevée, ce qui renforce le coût en tant que principal obstacle à l'électrification.

« Compte tenu du contexte économique et de l'incertitude entourant les nouvelles technologies, le marché des voitures d'occasion devient de plus en plus important, avec 1 consommateur belge sur 5 qui conduit aujourd'hui une voiture neuve et qui prévoit d'acheter une voiture d'occasion », déclare Aled Walker, Automotive Leader chez Deloitte Belgium. « Cependant, les véhicules électriques restent un très faible pourcentage du marché des voitures d'occasion, avec seulement 5 % préférant un VE ensuite, contre 20 % de ceux qui achètent une nouvelle voiture. Aujourd'hui, de nombreux consommateurs restent préoccupés par les coûts de remplacement des batteries et la valeur de revente incertaine. La disponibilité de VE abordables et fiables sur le marché de l'occasion pourrait être un facteur clé pour rendre la mobilité zéro émission accessible à tous. »

Malgré l'évolution des tendances en matière de mobilité, la possession d'un véhicule privé reste essentielle pour les consommateurs Belges, 68 % d'entre eux utilisant leur voiture au moins une fois par semaine. Alors que 52 % des personnes interrogées ne sont pas encore prêtes à renoncer à posséder une voiture, un jeune consommateur sur trois (18-34 ans) et citadin exprime son intérêt pour la mobilité en tant que service (MaaS) comme alternative.

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

Deloitte en Belgique

Avec plus de 5 700 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 819,4 millions EUR a été réalisé pour l'exercice 2024.

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 460 000 professionnels est disponible sur tous les continents. Pour l'exercice 2024, le chiffre d'affaires de Deloitte Touche Tohmatsu Limited s'est élevé à plus de 67,2 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.