

appinio

Mobilité électrique Rapport 2021

Comportement des consommateurs et
tendances dans le secteur de l'e-mobilité

No. 1 · Octobre 2021 · France



10 pages d'insights
sur les marques



Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Présentation de l'étude

Introduction au rapport Mobilité d'Appinio

Poussé par le besoin de solutions plus durables pour la santé de la planète ainsi que par certaines personnalités publiques, le sujet de la mobilité électrique est de plus en plus présent dans les conversations publiques et les médias.

Dans une volonté ambitieuse d'encourager l'utilisation de véhicules électriques et de réduire les émissions de carbone, de nombreux pays européens prévoient d'interdire la vente de véhicules à moteur à combustion interne (MCI) à un horizon de 2030 à 2035.

La mobilité électrique est plus que jamais d'actualité, mais qu'en pensent les consommateurs ? Quels sont leurs points de vue et leurs réflexions sur les véhicules électriques ? Sont-ils prêts à se séparer de leur véhicule à moteur à combustion interne et à rouler, sans culpabilité, vers des horizons plus verts ?

Cette étude, réalisée auprès de 2000 Français âgés de 16 à 65 ans, dresse un bilan à date des opinions et expériences en matière de voitures électriques (VE). En parallèle, cette étude a également été menée en Allemagne, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis et en Espagne. Les résultats de la comparaison internationale se trouvent dans le dernier chapitre.

À propos d'Appinio

Appinio révolutionne les études de marché en permettant à ses clients de recueillir l'opinion des consommateurs en quelques minutes et d'en prendre connaissance en temps réel. Plus de 1000 entreprises issues de tous secteurs utilisent déjà la plateforme Appinio pour leurs études marketing.

En résumé ...	03
Etat des lieux	07
Les VE sont-elles l'avenir de la mobilité ?	11
Niveau d'information sur les VE	17
Expériences (propriétaires vs. non propriétaires)	22
Facteurs d'achat et tests	29
Perception des marques	33
Comparaison internationale	41
Méthodologie	46

00

En résumé ...



4 types de consommateurs ...

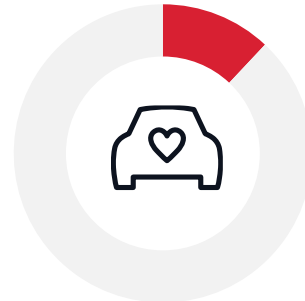
Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Rapport Mobilité – Appinio France

Les fans de voitures

« Je suis un grand fan de voitures et je suis les tendances et les innovations du secteur. »

Hommes : 17 % // Femmes : 8 %

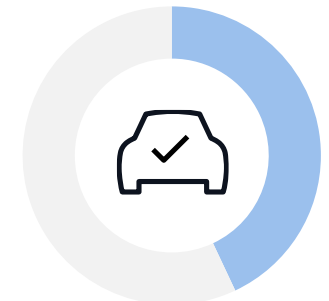


12 %

Les intéressés

« Je suis globalement intéressé par les voitures, mais je ne me décrirais pas comme un fan. »

Hommes : 50 % // Femmes : 36 %

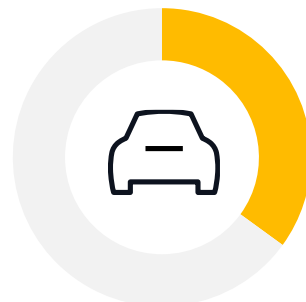


43 %

Manque d'intérêt

« Je m'intéresse peu aux voitures et je ne suis pas au courant des dernières tendances. »

Hommes : 28 % // Femmes : 41 %

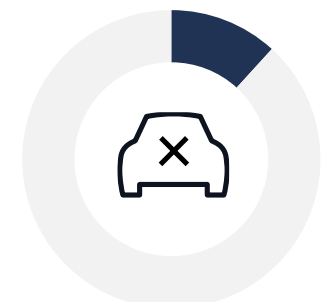


35 %

Les indifférents

« Je ne suis pas du tout intéressé par les voitures et je n'y connais rien. »

Hommes : 5 % // Femmes : 15 %



10 %

Enseignements et chiffres clés

 Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Etat des lieux :

VE: pénétration, présence perçue et image

- **E pour « écologique » et prix « élevés »** : Bien que de nombreux Français perçoivent les VE comme étant respectueuses de l'environnement (42 %), elles semblent être avant tout synonymes de prix élevés (61 %).
- **De facto, posséder une voiture rechargeable n'est pas encore à la portée de tous** : deux Français sur trois (64 %) conduisent encore une voiture à moteur à combustion interne. Seuls 13 % possèdent une voiture rechargeable (dans ce rapport, voiture rechargeable fait référence à la fois aux voitures électriques et aux hybrides rechargeables).
- C'est **au sein des foyers plus aisés** (revenu net mensuel du foyer supérieur à 5000 €) que les **voitures hybrides ou électriques sont les plus présentes** (31 % contre 9 % en moyenne).
- **La moitié des Français (51 %) déclare ne connaître personne dans son environnement personnel ou professionnel possédant une VE**. La proximité avec les voitures électriques fluctue de façon notable selon l'âge (plus l'âge augmente, moins les personnes semblent exposées à des voitures électriques dans leur entourage) et selon le revenu (plus forte exposition

dans le cas de revenus du foyer supérieur à 3500 € mensuel)

Les marques (pénétration et notoriété)

- Avec **36 % de notoriété Top of mind** lorsqu'il s'agit de marques de voitures électriques, **Renault domine le marché**. Le constructeur français est toutefois talonné par **Tesla** (30 %). Dans ce paysage, **Toyota (11 %), Peugeot (6 %) et Citroën (4 %)** apparaissent en retrait.
- En matière de pénétration on retrouve le même Top 3 avec **Renault qui fait toujours la course en tête (23 %)**, devant Tesla (18 %), Toyota (15 %).

VE : Le futur de la mobilité ?

- **Un apparent paradoxe à résoudre dans l'avenir** : une **large majorité de Français voit les VE comme l'avenir de la mobilité (72 %)**. Mais concrètement, lorsqu'il s'agit d'interdire les nouvelles immatriculations de véhicules à moteur combustion à l'horizon 2030, **l'adhésion au projet de l'électrique est plus contrastée**, seuls 44 % des répondants déclarant y être favorables. Sur ce point, le clivage entre propriétaires de voiture MCI et propriétaires de voitures rechargeables est très fort.
- **Pour les Français, les subventions gouvernementales pourraient favoriser l'adoption des VE** : 80 % des

Français pensent que le soutien financier du gouvernement pourrait au moins un peu inciter à une transition plus rapide vers plus de voitures électriques.

- **Près de 50 % des Français affirment qu'il est probable que leur prochaine voiture soit électrique**. Les actuels propriétaires de voitures rechargeables semblent acquis à la cause de l'électrique avec 95 % d'entre eux qui pensent rester fidèles à ce type de voiture à l'avenir. En revanche **une grande partie des propriétaires de voitures à moteur à combustion interne (59 %) reste à convaincre** pour envisager un passage à l'électrique.
- **Les VE devront encore convaincre sur leur adéquation à l'usage quotidien**. Si le critère sécurité des VE n'est, pour la grande majorité des Français, pas mis en cause **des doutes subsistent, sur l'autonomie de la batterie et surtout sur l'infrastructure de recharge**. Les opinions des propriétaires de voitures à MCI et de voitures rechargeables diffèrent grandement sur ces deux caractéristiques; les propriétaires de voitures à MCI étant plus critiques.

Enseignements et chiffres clés

Propriétaires vs. non-propriétaires de voiture électrique

- **Contrairement à la croyance populaire, le caractère durable n'est pas la première raison pour laquelle les gens achètent des voitures électriques.** Un propriétaire de voiture rechargeable sur deux (50 %) l'a achetée pour économiser de l'argent sur le carburant. La durabilité n'arrive qu'en deuxième position (46 %) ; la troisième place revient à l'intérêt pour un design attrayant (27 %).
- **Les propriétaires de voitures rechargeables sont (absolument) satisfaits de leur achat.** 72 % des propriétaires sont (très) satisfaits de leur voiture, et seulement 6 % des propriétaires ne le sont pas (du tout).
- **Parmi les non-propriétaires, peu sont déjà montés dans une voiture électrique en tant que conducteur ou passager.** 18 % des répondants ont déjà conduit une VE, et 16 % ont déjà été passagers. La majorité de ceux qui n'ont jamais mis les pieds dans une VE n'ont tout simplement jamais eu l'occasion de le faire (78 %).
- **C'est généralement avec des amis ou de la famille que l'on monte à bord d'une voiture électrique (66 %),** suivi par les trajets effectués en taxi électrique (14 %). Les répondants qui vivent dans des grandes villes (plus de 500K habitants) ont plus de chances d'avoir voyagé en E-taxi (29 % contre 14 % pour la moyenne).

- **Toutefois, les non-propriétaires ont trouvé l'expérience en VE (très) positive.** 59 % des répondants ont apprécié leur trajet.
- **Ce que les non-propriétaires de VE ont trouvé de plus surprenant dans leur expérience, c'est le silence de la voiture (71 %),** l'accélération rapide (37 %), le confort (34 %) et la sensation ressentie en conduisant (26 %). Les répondants âgés de 55 à 65 ans (43 %) et les hommes (46 %) étaient plus susceptibles d'apprécier l'accélération rapide.

Facteurs d'achat et test des voitures électriques

- **Lors de l'achat d'une voiture, les critères les plus importants pour les Français sont le prix (78 %) et la sécurité (77 %),** tandis que le type de voiture arrive en troisième position (56 %).
- **La majorité des Français qui ne possèdent pas de VE serait intéressée par un essai gratuit (74 %).** Les plus jeunes et les répondants dont le revenu net mensuel du foyer dépasse les 5000 € sont les plus intéressés, respectivement 84 % et 81 %.

Perception des marques

- **Tesla : marque futuriste, innovante et respectueuse de l'environnement.** Il est clair que Tesla est l'une des marques automobiles les plus en vogue et peu de constructeurs automobiles peuvent se féliciter d'avoir

- une image aussi positive auprès des consommateurs.
- **En matière de notoriété de marque, Tesla est battu par Renault à l'échelle nationale :** 36 % des personnes interrogées pensent à Renault avant de penser à Tesla qui suit de près (30 %), tandis que Toyota (9 %), Peugeot (6 %) et Citroën (5 %) suivent de plus loin.

Comparaison internationale : l'optimisme britannique et espagnol

- **Les tendances de l'e-mobilité évoluent dans la même direction dans de nombreux pays de l'UE, avec toutefois quelques différences.** Les Espagnols, les Britanniques et aussi les Américains sont les plus confiants dans l'e-mobilité (88 %, 90 % et 85 %). À l'inverse, les Allemands et les Français ne sont pas aussi confiants (respectivement 66 % et 72 %) et ce scepticisme transparaît dans leur faible soutien à l'interdiction d'immatriculation de nouveaux véhicules à moteur à combustion.
- 13 % des Britanniques, des Français et des Allemands, 12 % des Espagnols et 10 % des Américains possèdent déjà une voiture électrique ou hybride.
- **Voiture électrique : plus chère mais respectueuse de l'environnement.** Les VE sont fortement associées à des prix élevés en Allemagne et en France, tandis que l'Espagne, les États-Unis et le Royaume-Uni les associent plus fortement au respect de l'environnement.

01

Etat des lieux

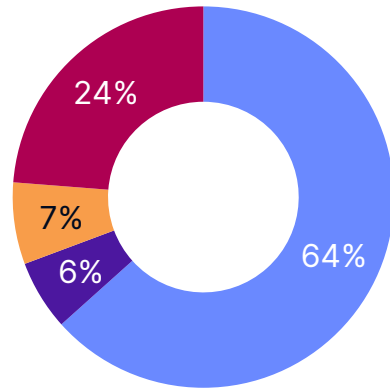
Pénétration, présence perçue et image des VE
Présence à l'esprit et pénétration des marques



Posséder une voiture rechargeable n'est pas encore à la portée de tous

Plus d'un Français sur deux conduit une voiture à moteur à combustion interne.

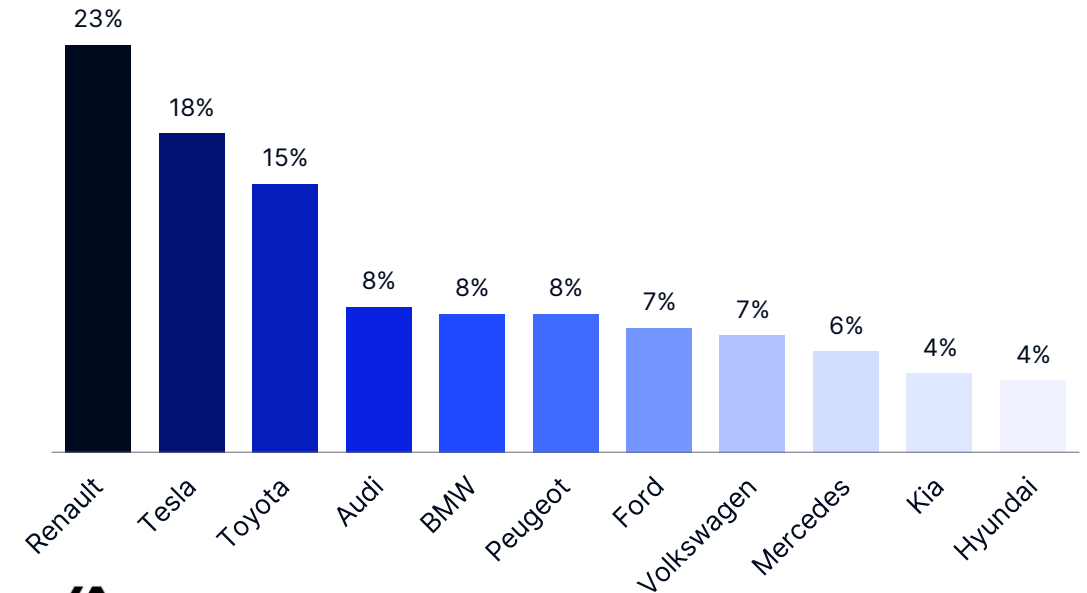
Type de voiture possédée par les personnes interrogées.



- Une voiture avec un moteur à combustion
- Une voiture électrique
- Une voiture hybride rechargeable
- Ne possède pas de voiture

- C'est **au sein des foyers plus aisés** (revenu net mensuel du foyer supérieur à 5000 €) que les **voitures hybrides ou électriques sont les plus présentes** (31 % contre 9 % en moyenne).
- Il est important de considérer que la **technologie** et les **équipements** des voitures électriques **sont encore nouveaux et en développement constant**. Par conséquent, ils sont encore considérés comme un **investissement risqué** pour la plupart des acheteurs potentiels.

Marques de voitures électriques et hybrides rechargeables possédées



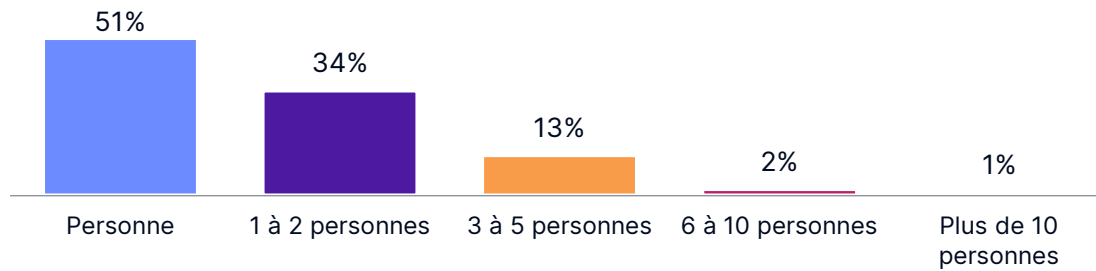
Après des Français conduisant un véhicule électrique ou hybride, **Renault fait la course en tête** en matière de voitures électriques/hybrides.

La moitié des Français ne connaît personne conduisant une voiture électrique

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

... mais la majorité estime en voir régulièrement dans les rues.

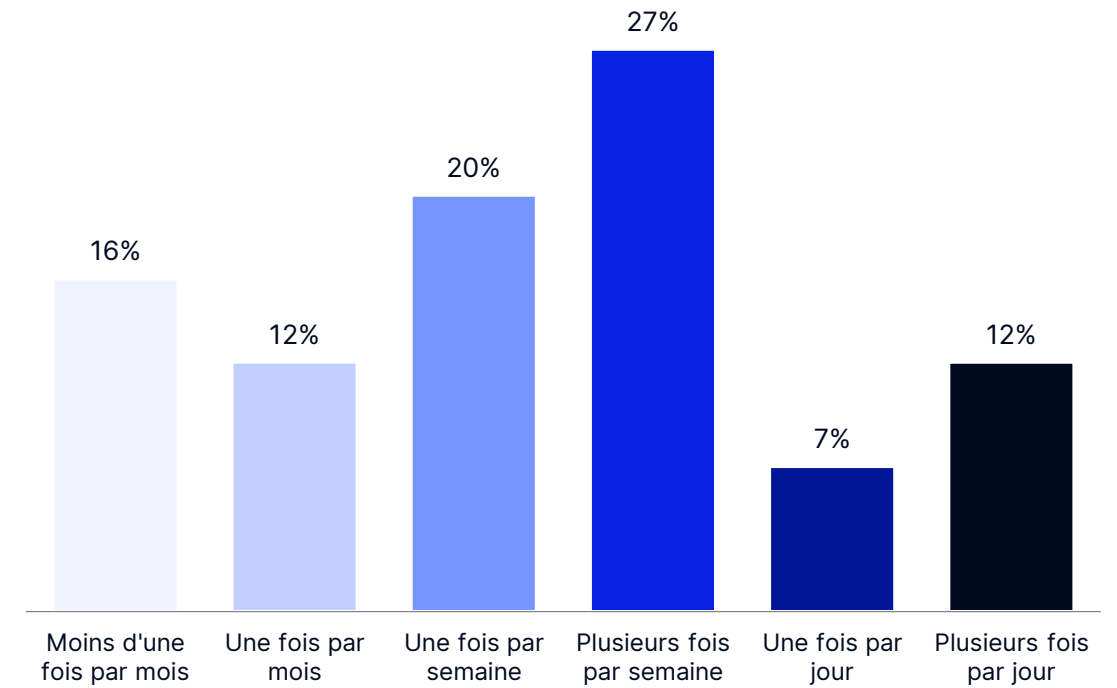
Nombre de connaissances qui possèdent une voiture électrique.



La proximité avec les voitures électriques fluctue de façon notable selon :

- **L'âge : plus l'âge augmente, moins les personnes semblent exposées à des voitures électriques dans leur entourage** (40 % des 18-24 ans ne connaissent personne qui soit équipé, vs 61 % pour les plus de 55 ans)
- **Le revenu : les répondants issus de foyers disposant d'un revenu d'au moins 3500€ mensuel net apparaissent plus exposés** aux voitures électriques (37 % d'entre eux ne connaissent personne qui soit équipé, vs 55 % pour le reste des répondants).

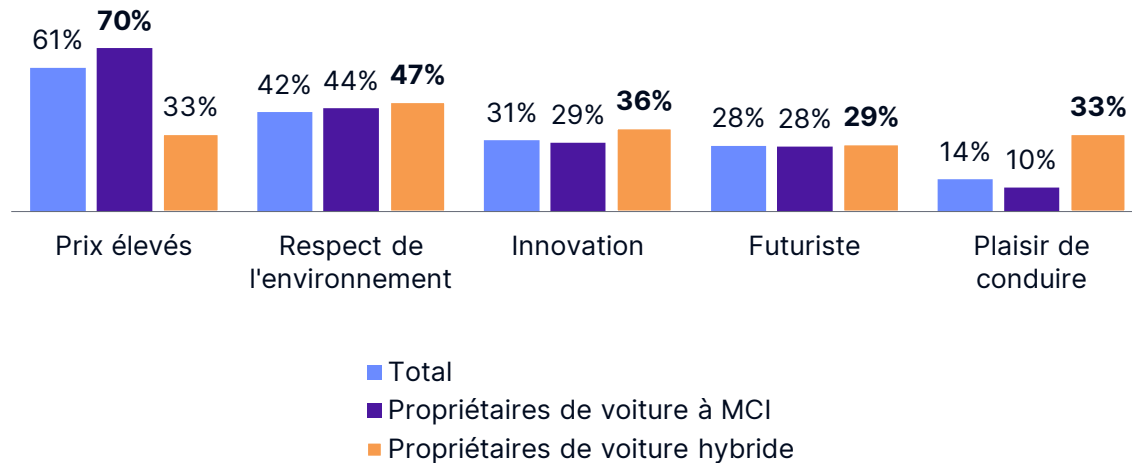
Fréquence estimée (déclaratif) à laquelle des voitures électriques sont vues sur la route



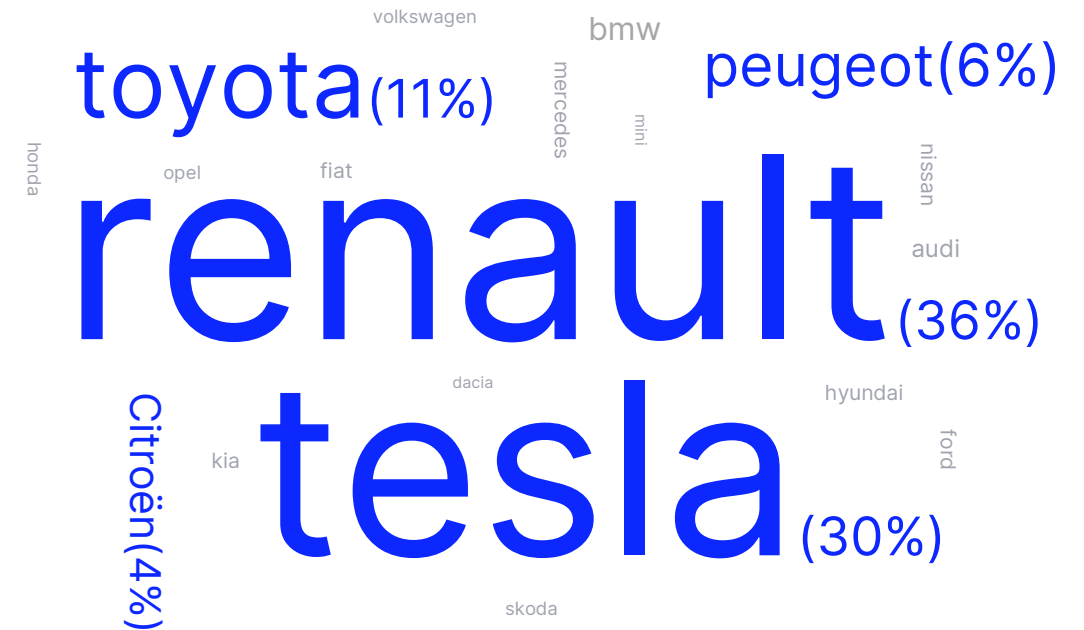
E pour « écologique » et prix « élevés »

Sans surprise, les répondants perçoivent les VE comme plus écologiques que les voitures ordinaires, mais les associent également à des coûts élevés.

Attributs les plus couramment associés aux voitures électriques par les propriétaires de voitures à MCI et de voitures rechargeables.



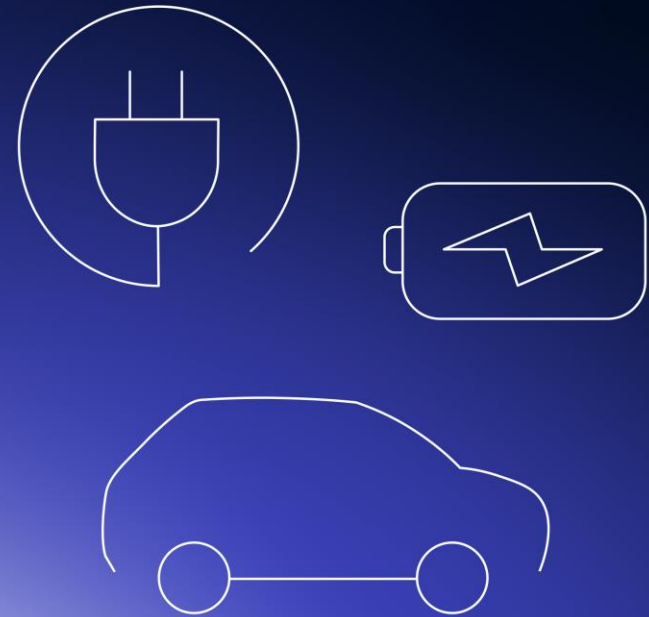
Avec 36 % de notoriété Top of mind lorsqu'il s'agit de marques de voitures électriques, Renault domine le marché. Le constructeur français est toutefois talonné par **Tesla** (30 %). Dans ce paysage, **Toyota (11 %)**, **Peugeot (6 %)** et **Citroën (4 %)** apparaissent fortement distancés.



Il est intéressant de noter que **les propriétaires de voitures à MCI associent fortement les voitures électriques à des prix élevés**, alors que les propriétaires de voitures hybrides le font moins. Plusieurs facteurs pourraient expliquer cet écart de perception... D'abord, les subventions que le gouvernement offre pour l'achat d'une voiture hybride, comme par exemple le « *bonus écologique* » pouvant aller jusqu'à 6000 € pour une voiture 100 % électrique (depuis juillet 2021). Mais aussi peut-être le profil des propriétaires de voitures hybrides ou électriques, plus aisés.

02

Les voitures électriques sont-elles l'avenir de la mobilité ?



« L'avenir de la mobilité est électrique ! Parce que c'est le moyen le plus efficace pour se décarboner. Nous avons un plan précis pour faire évoluer nos modèles vers l'électrique : à partir de 2026, tous les nouveaux modèles Audi seront électriques. Mais le succès de l'e-mobilité passe aussi par une expansion conséquente de l'infrastructure de recharge. Nous devons agir ensemble dès maintenant, car la protection du climat ne tolérera aucun retard. »

— Hildegard Wortmann, Membre du Conseil de Direction des Ventes et Marketing, AUDI AG



Les voitures électriques : futur de la mobilité ? Oui, mais...

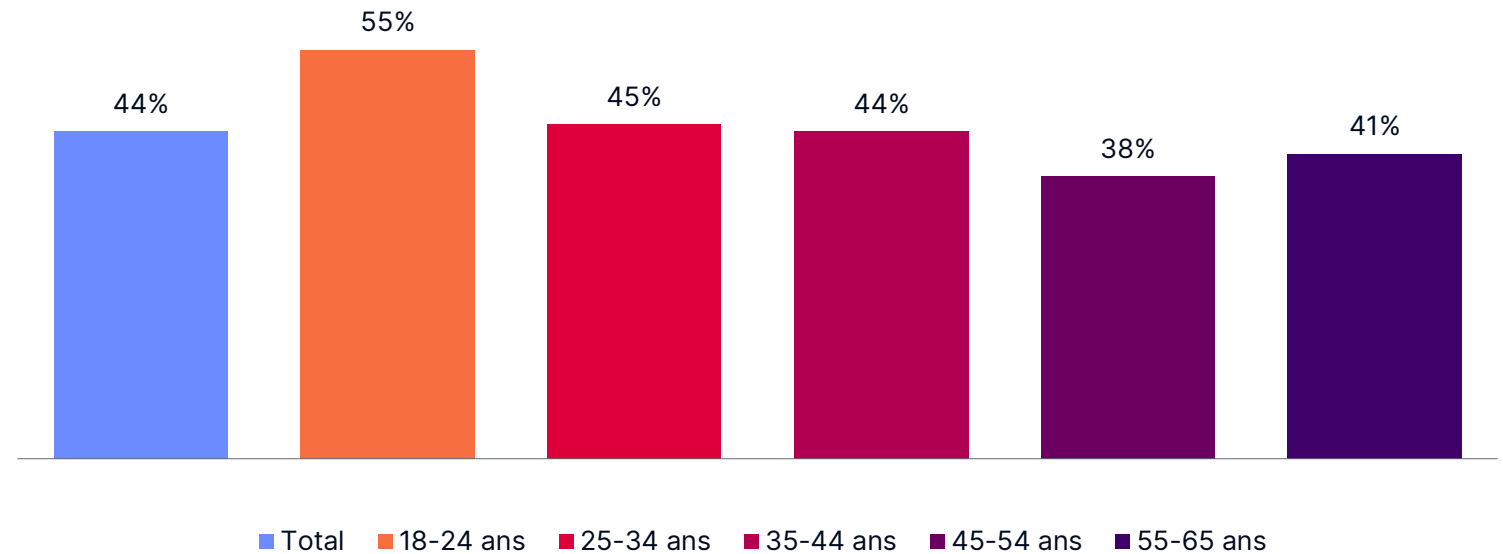
Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Une large majorité de Français voit les VE comme l'avenir de la mobilité, mais concrètement, lorsqu'il s'agit d'interdire les nouvelles immatriculations de véhicules à moteur à combustion, l'adhésion au projet de l'électrique est plus contrastée.



Rapport Mobilité – Appinio France

Pourcentage de répondants soutenant l'interdiction des nouvelles immatriculations de véhicules à moteur à combustion d'ici 2030



Plus les répondants sont jeunes, plus ils sont favorables à cette interdiction. Ce n'est pas une surprise car les jeunes ont tendance à être les plus impliqués dans les initiatives liées à la **sensibilisation et à l'action contre le changement climatique** (par exemple, les "Fridays for Future"), et ils ont également tendance à **accepter le changement**, le considérant comme une occasion de grandir.

Assez logiquement, le sujet est extrêmement clivant selon le type de véhicule actuellement détenu : alors que les **possesseurs d'hybrides ou électrique soutiennent à 75 % ce projet**, ils ne sont **que 36 % parmi les équipés en voiture à moteur à combustion.**

Pour les Français, il faut davantage de subventions gouvernementales

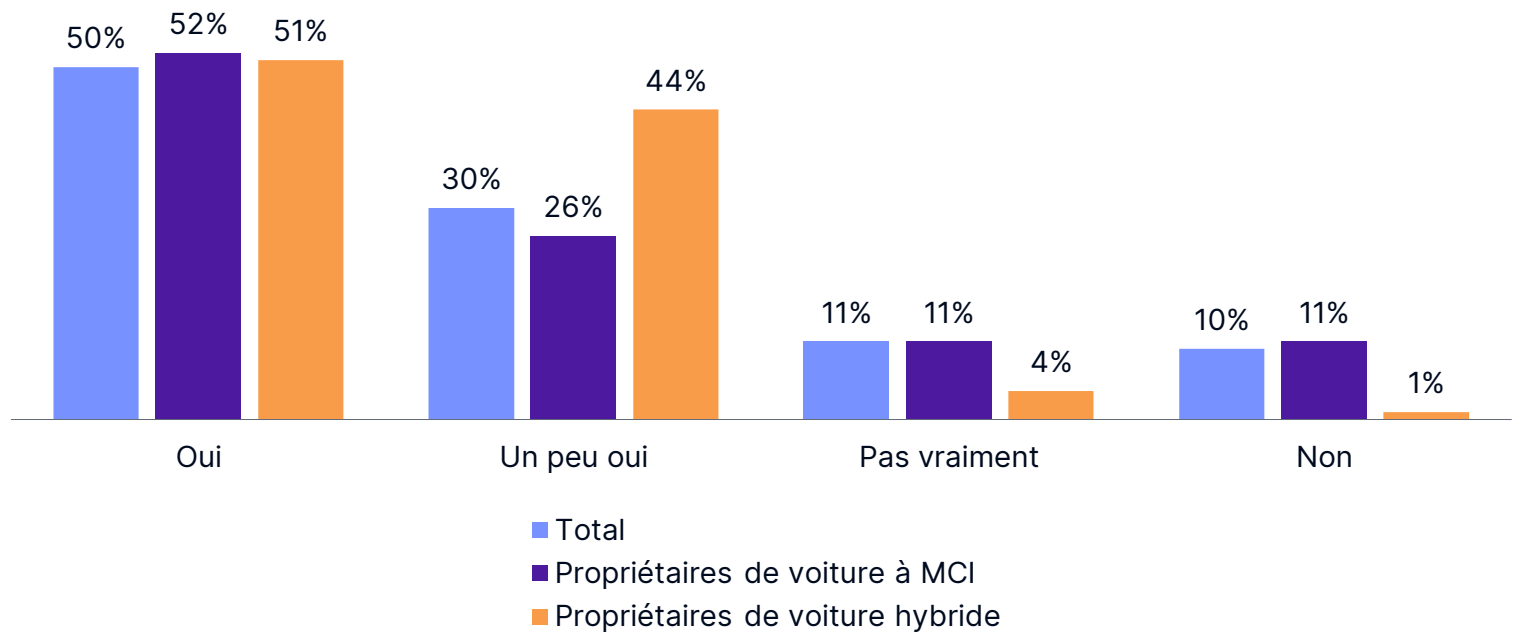
Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

La majorité des Français estime que les obstacles aux VE pourraient être surmontés avec davantage de mesures incitatives.



Rapport Mobilité – Appinio France

Pourcentage de répondants qui estiment que davantage de subventions gouvernementales pourraient accélérer la transition vers plus de voitures électriques.



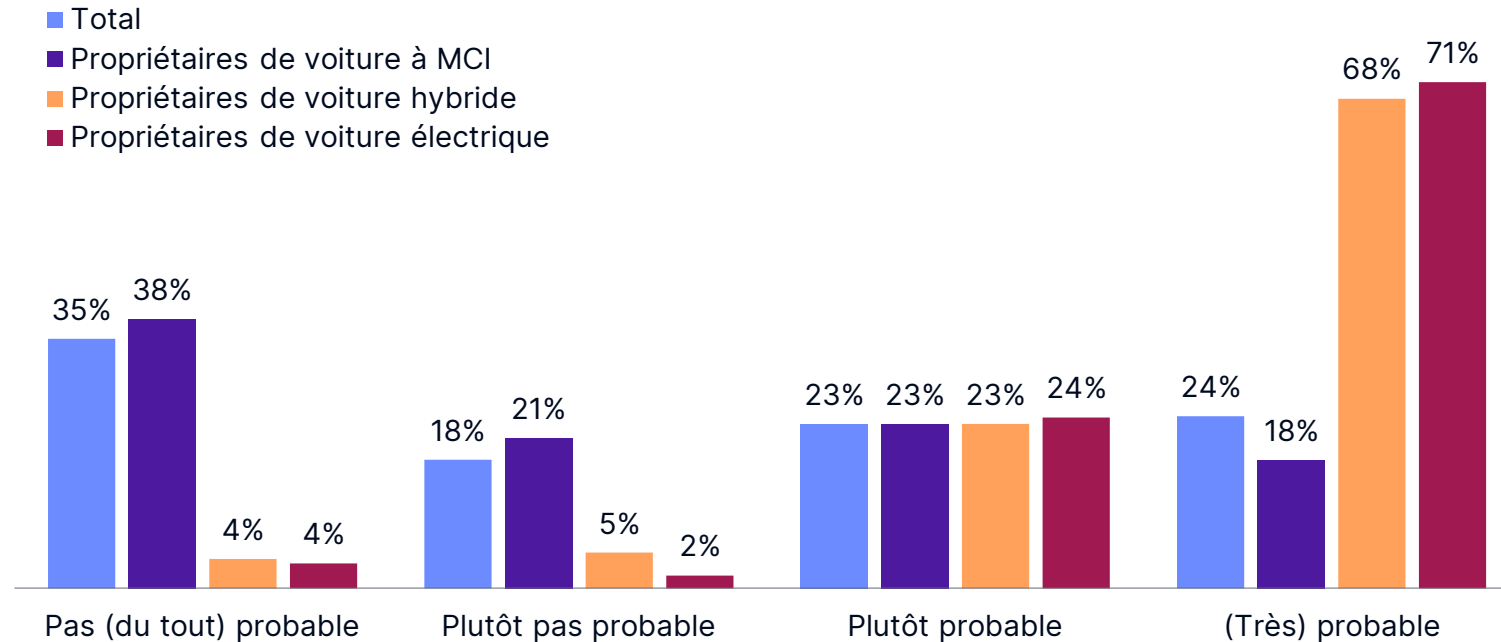
Après des **personnes possédant déjà un véhicule hybride, le oui est encore plus net**, montant à 95 %.

Près de 50 % des Français pensent que leur prochaine voiture sera électrique

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

...mais une part significative des propriétaires de voiture à MCI restent à convaincre...

Rapport Mobilité – Appinio France



- Les actuels **propriétaires de voitures rechargeables** semblent acquis à la cause de l'électrique avec **95 %** d'entre eux qui pensent rester **fidèles à ce type de voiture à l'avenir**.
- En ce qui concerne les **propriétaires de voitures à moteur à combustion interne**, la probabilité de se tourner vers une voiture électrique tombe à **41 %** seulement.



Les VE devront encore convaincre de leur adéquation à un usage quotidien

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Si le critère sécurité des VE n'est, pour la grande majorité des Français, pas mis en cause, des doutes subsistent sur l'autonomie de la batterie et surtout sur l'infrastructure de recharge.



Sécurité



Logiciel interne des véhicules

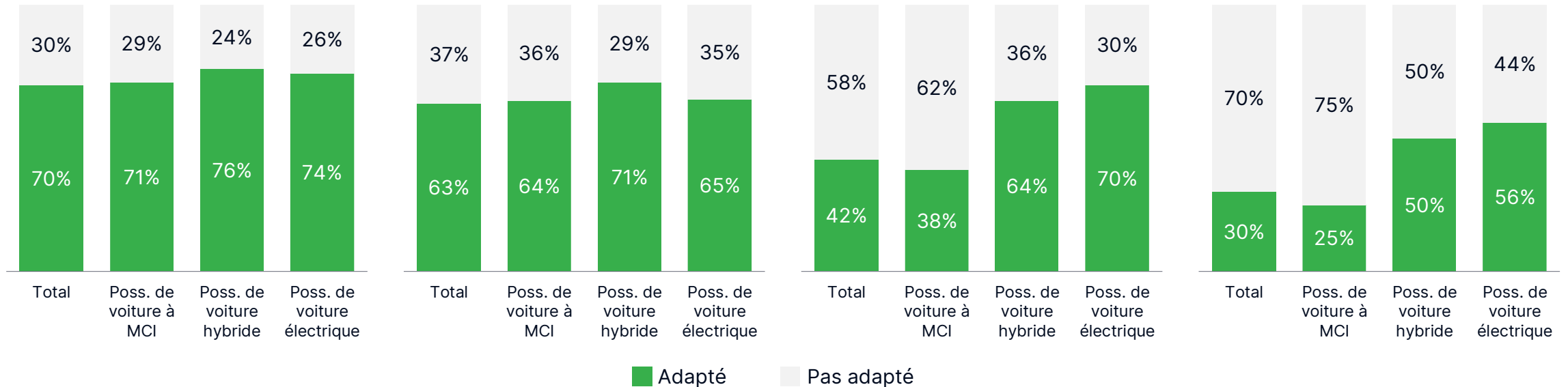


Autonomie de la batterie



Infrastructure de recharge

Rapport Mobilité – Appinio France



Les **plus grandes différences de perception entre les propriétaires de voitures à moteur à combustion interne (MCI) et de voitures rechargeables portent sur les infrastructures de recharge et l'autonomie des batteries.** Une différence de perception qui s'explique certainement par le fait que les propriétaires de voitures hybrides ont une expérience réelle de ces deux éléments.

03

Niveau d'information sur les VE



« Jusqu'à présent, les personnes qui conduisent une voiture électrique l'ont souvent fait pour des raisons de prestige. Cette situation est en train de changer, car la gamme de modèles se développe, notamment dans les segments des moyennes et petites voitures. La mobilité électrique atteint bel et bien le grand public. En termes d'autonomie, certaines voitures électriques peuvent déjà rivaliser avec les moteurs à combustion. Le seul problème est la recharge : si vous n'avez pas votre propre maison ou un garage souterrain, vous êtes encore peu flexible avec une voiture électrique. »

— Axel Schmidt, Senior Managing Director, Accenture and Global Automotive Industry Lead

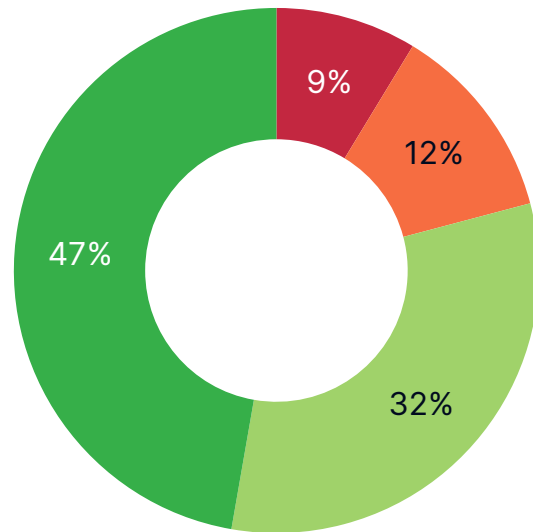


Une large majorité des Français juge l'e-mobilité comme un sujet très présent dans les médias

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

La télévision et internet sont les médias qui couvrent le plus souvent la mobilité électrique, selon les personnes interrogées.

« J'ai l'impression que le sujet des voitures électriques est très présent dans la société et dans les médias. »



- Pas (du tout) d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Plutôt d'accord
- (Tout à fait) d'accord

Où lisez-vous, entendez-vous ou voyez-vous principalement des informations au sujet des voitures électriques ?

Canal	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-65
À la télévision	65 %	54 %	61 %	61 %	71 %	72 %
En ligne	25 %	39 %	28 %	27 %	18 %	19 %
Sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube, etc.)	20 %	29 %	30 %	23 %	15 %	10 %
Sur les affiches, panneaux, etc. à l'extérieur	16 %	17 %	20 %	13 %	14 %	17 %
Par le biais de mes amis et ma famille	11 %	16 %	11 %	11 %	9 %	9 %
À la radio/Podcasts	9 %	11 %	9 %	11 %	7 %	9 %
Sur les médias imprimés	9 %	6 %	8 %	8 %	7 %	14 %
Au travail	8 %	7 %	12 %	10 %	8 %	4 %

« Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec l'affirmation suivante ? "J'ai l'impression que le sujet des voitures électriques est très présent dans la société et dans les médias". » // « Où lisez-vous, entendez-vous ou voyez-vous principalement des informations au sujet des voitures électriques ? » (Base N = 2000)

Pourtant, une majorité de Français estime ne pas être bien informée...

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Il y a une demande pour plus de renseignements sur les VE

44%

Des Français ont le sentiment d'être bien informés sur les VE.

(plutôt bien informé/informé/très bien informé)

On observe un écart marqué entre les genres...

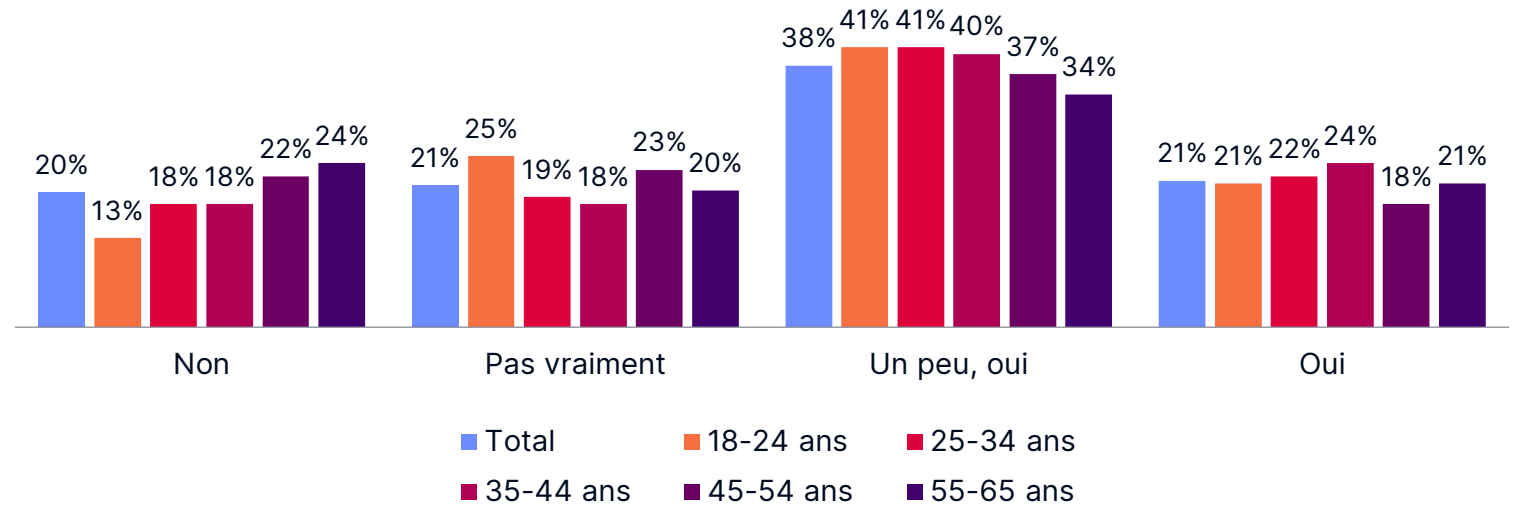
59% 

des hommes interrogés se disent bien informés sur les VE.

29% 

des femmes interrogées se disent (plutôt) bien informées sur les VE.

Pourcentage de personnes interrogées sur leur volonté d'avoir plus d'informations sur les VE



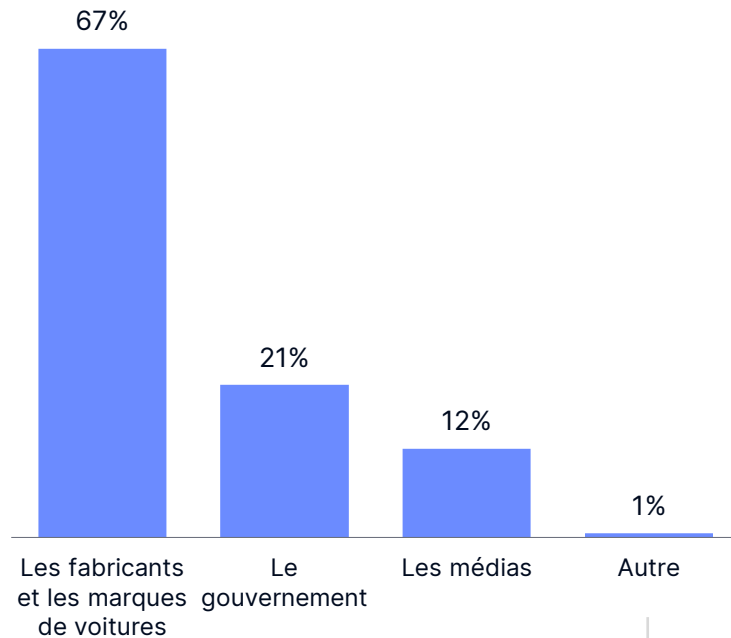
- **66 % des hommes et 54 % des femmes** qui ne possèdent pas encore de voiture électrique ou hybride **aimeraient être mieux informés** sur le sujet des voitures électriques.
- **Quel que soit l'âge, au moins la moitié des Français souhaiterait être mieux informée sur les voitures électriques.**

Les constructeurs automobiles sont attendus sur davantage d'informations

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

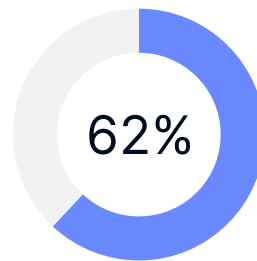
Une attente portant en premier lieu sur l'autonomie et les coûts d'acquisition.

D'où devrait provenir l'information ?

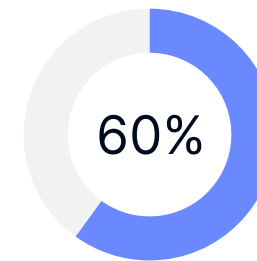


➤ Parmi les autres sources, les répondants ont mentionné les associations d'automobilistes et les organismes de recherche indépendants.

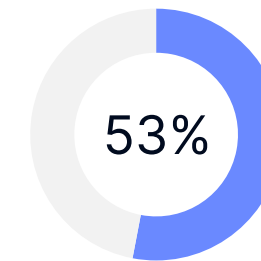
Sur lequel des sujets suivants souhaitez-vous obtenir plus d'informations ?



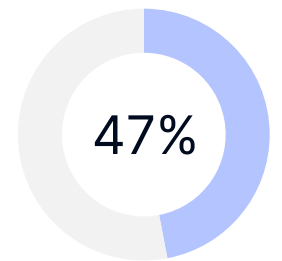
Autonomie des batteries



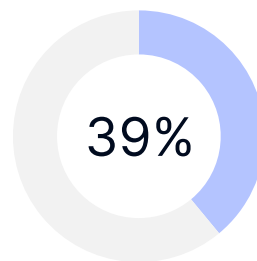
Coûts d'acquisition



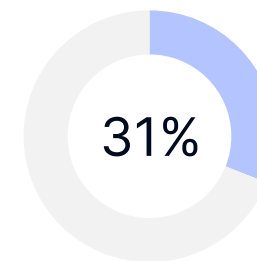
Coûts énergétiques



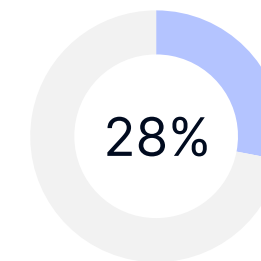
Options de chargement



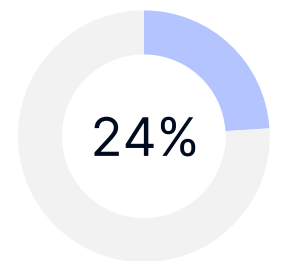
Respect de l'environnement



Risques potentiels



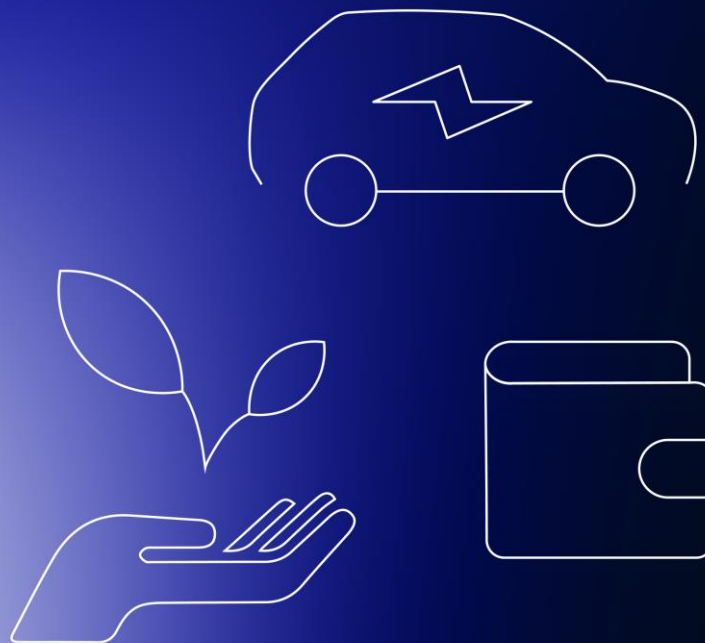
Nouvelles fonctionnalités



Tendances à venir

04

Expériences des propriétaires et des non-propriétaires de voitures électriques



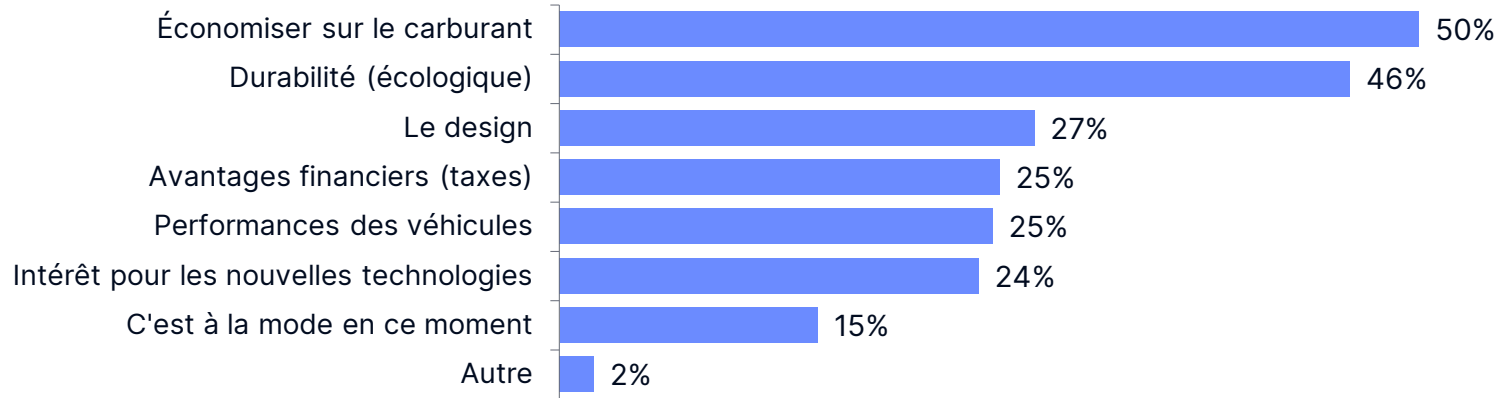
« La voiture électrique est en train de devenir le fer de lance d'un comportement de consommation qui évolue fortement et désormais aussi rapidement. Des sujets tels que la durabilité, la responsabilité, le bon sens devront faire partie intégrante du produit via la marque. La voiture électrique seule ne suffit pas. L'ensemble de la création de valeur de l'industrie devra s'adapter à cette demande. Ce n'est pas une coïncidence si nous voyons maintenant des intérieurs véganes à la place du cuir. Les services liés à la voiture s'empareront également des thèmes de la réutilisation, du recyclage et de la réduction. Moins, c'est plus, surtout dans le segment du luxe. »

— Thomas Strerath, Directeur Général media.monks Germany & BMW Group

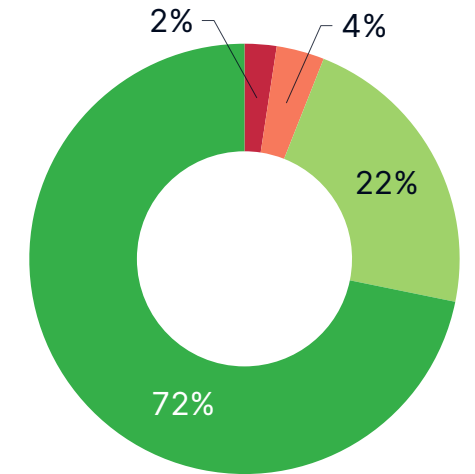


L'économie de carburant devance de peu la durabilité en matière de raison d'achat d'une VE

Principales raisons pour lesquelles les propriétaires de voitures électriques ont opté pour cette solution



Niveau de satisfaction à l'égard de cet achat



Les **économies et la durabilité** sont les critères clés quel que soit l'intérêt porté aux voitures en général. Les critères liés à la **performance et à la technologie** sont en revanche fortement segmentants entre ces deux publics.

	Les impliqués	Les désimpliqués	
Economiser de l'argent sur le carburant	52%	43%	Durabilité (en terme écologique)
Durabilité (en terme écologique)	46%	43%	Economiser de l'argent sur le carburant
Les performances des voitures électriques	30%	32%	Le design
Intérêt pour les nouvelles technologies	27%	23%	Avantages financiers (taxes)
Avantages financiers (taxes)	26%	18%	C'est à la mode en ce moment
Le design	26%	15%	Intérêt pour les nouvelles technologies
C'est à la mode en ce moment	14%	8%	Les performances des voitures électriques

■ Pas (du tout) satisfait
 ■ Plutôt pas satisfait
■ Plutôt satisfait
 ■ (Très) satisfait

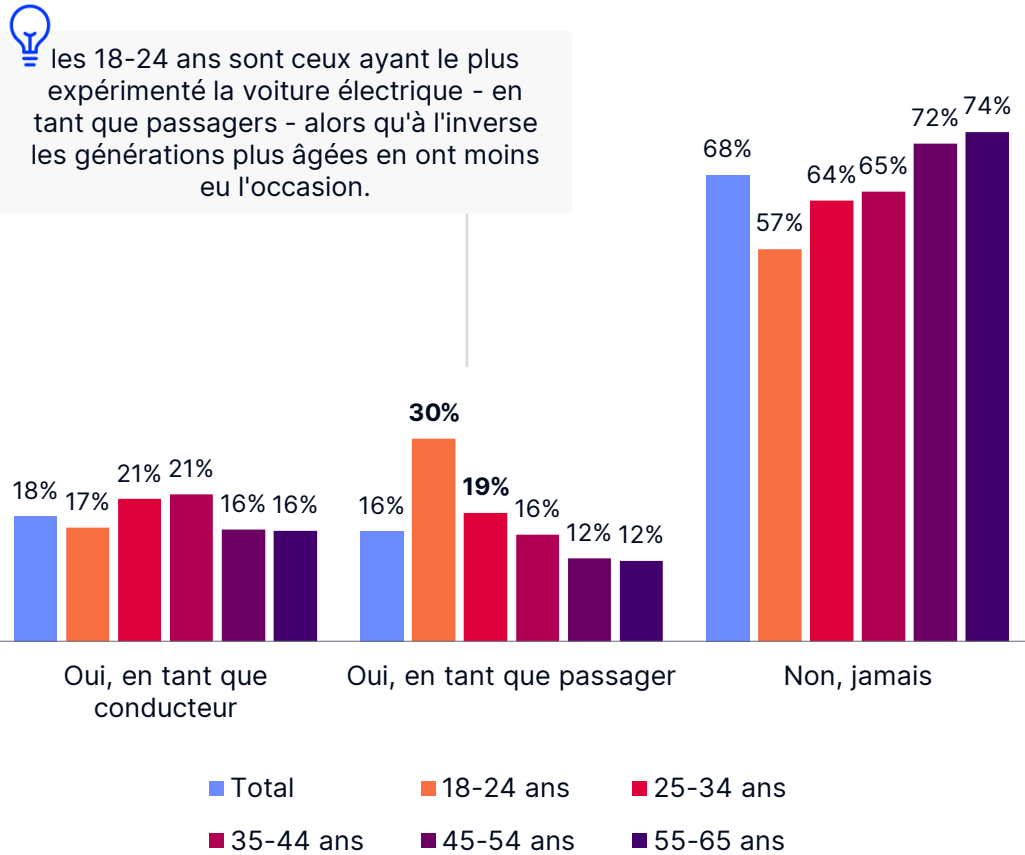
Les voitures électriques apportent **pleine satisfaction à leurs propriétaires.**

Seul un tiers des non-propriétaires de VE a déjà circulé dans ce type de véhicule

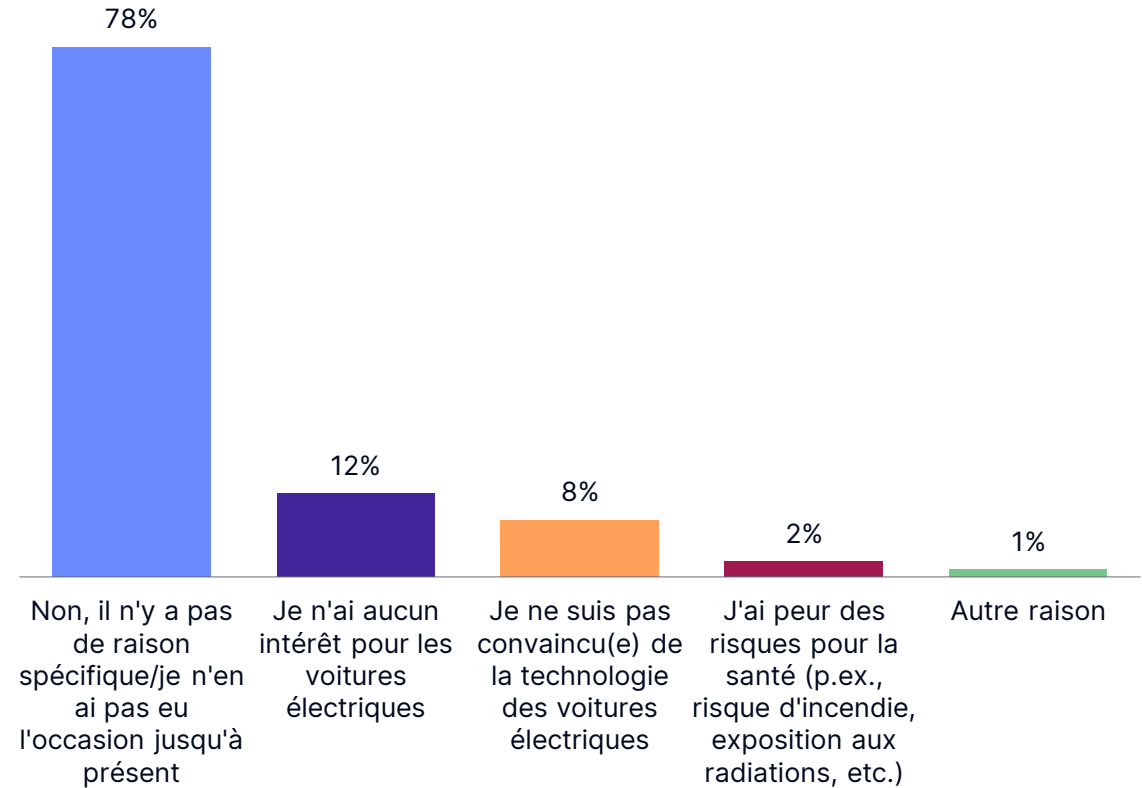
Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Parmi les non-propriétaires, les plus jeunes ont le plus fait l'expérience des VE en tant que passagers.

Pourcentage de personnes interrogées ayant déjà circulé dans un VE



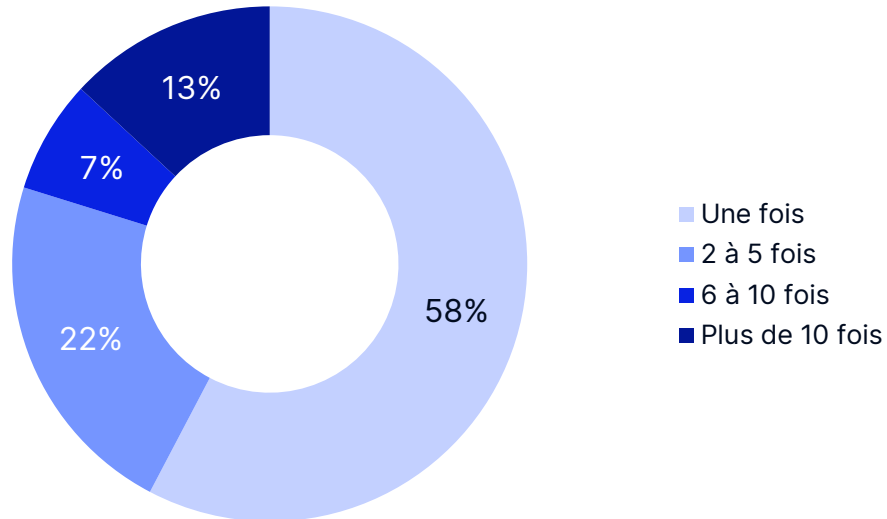
La majorité de ceux qui n'ont jamais circulé dans une voiture électrique n'a tout simplement jamais eu l'occasion de le faire.



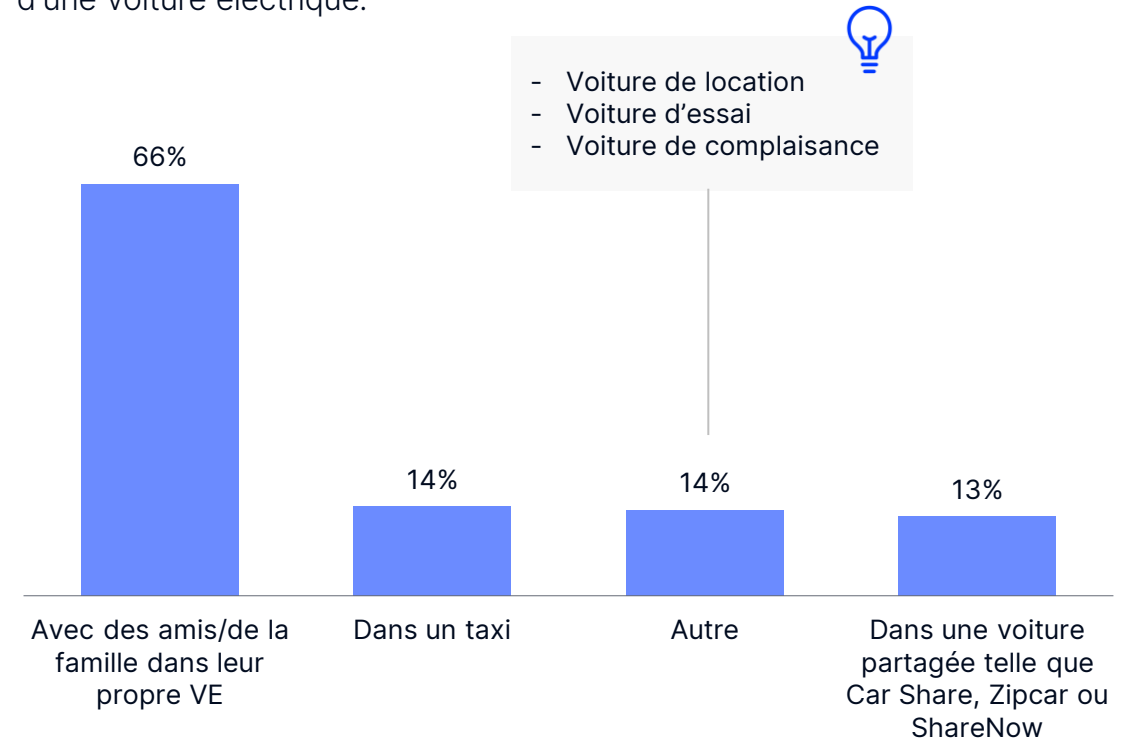
Une expérience de VE limitée à une seule fois pour une majorité

Dans la moitié des cas, ces balades en voiture électrique se font avec la famille et les amis.

Nombre de fois où les répondants ont fait l'expérience d'une voiture électrique.



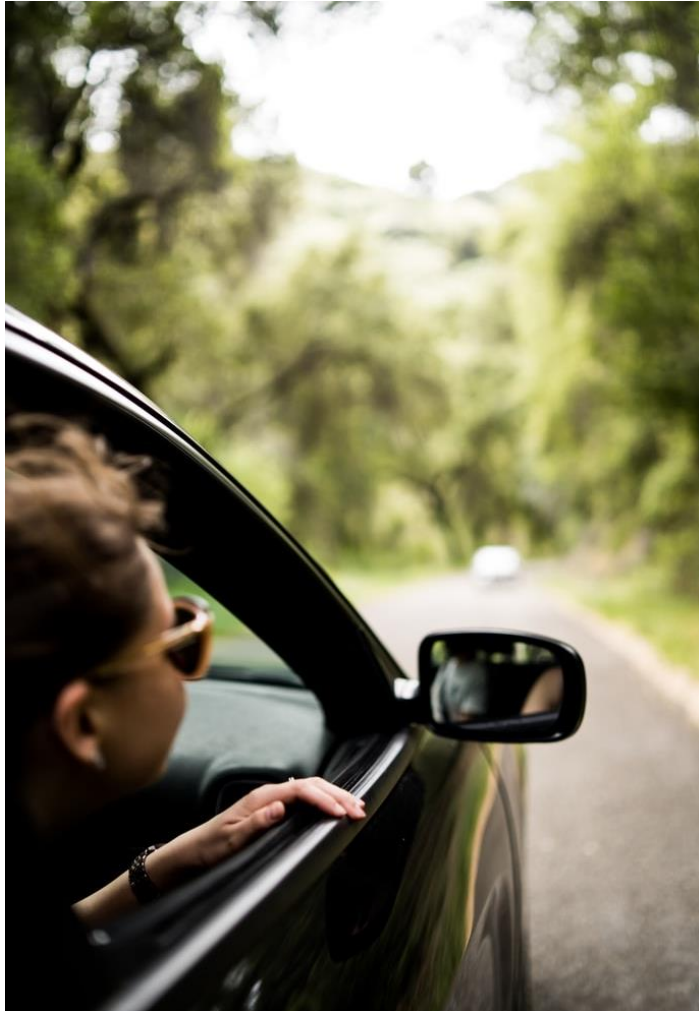
Occasions/situations dans lesquelles les répondants ont fait l'expérience d'une voiture électrique.



L'expérience de la voiture électrique est unanimement positive

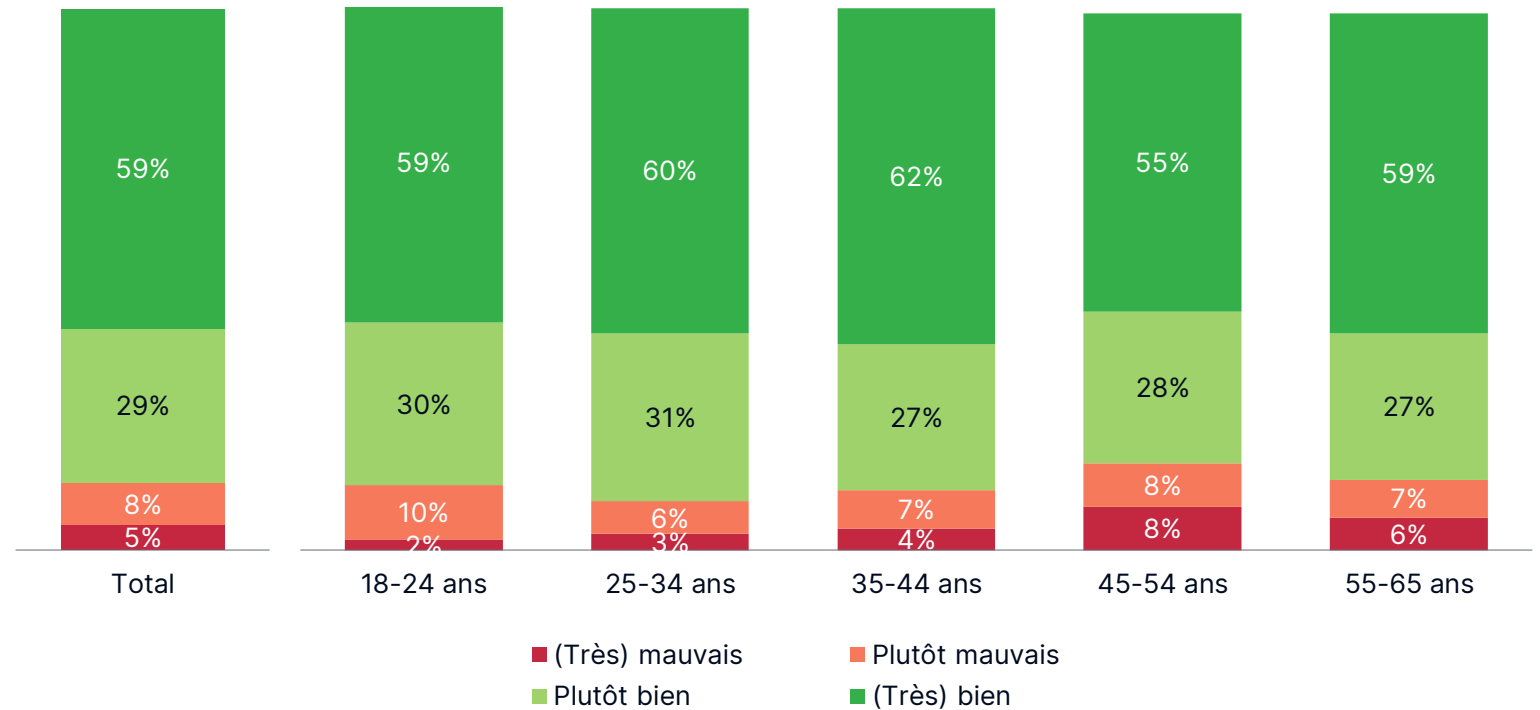
...et ce quel que soit l'âge.

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com



Rapport Mobilité – Appinio France

Opinion des répondants sur les déplacements effectués en voitures électriques.



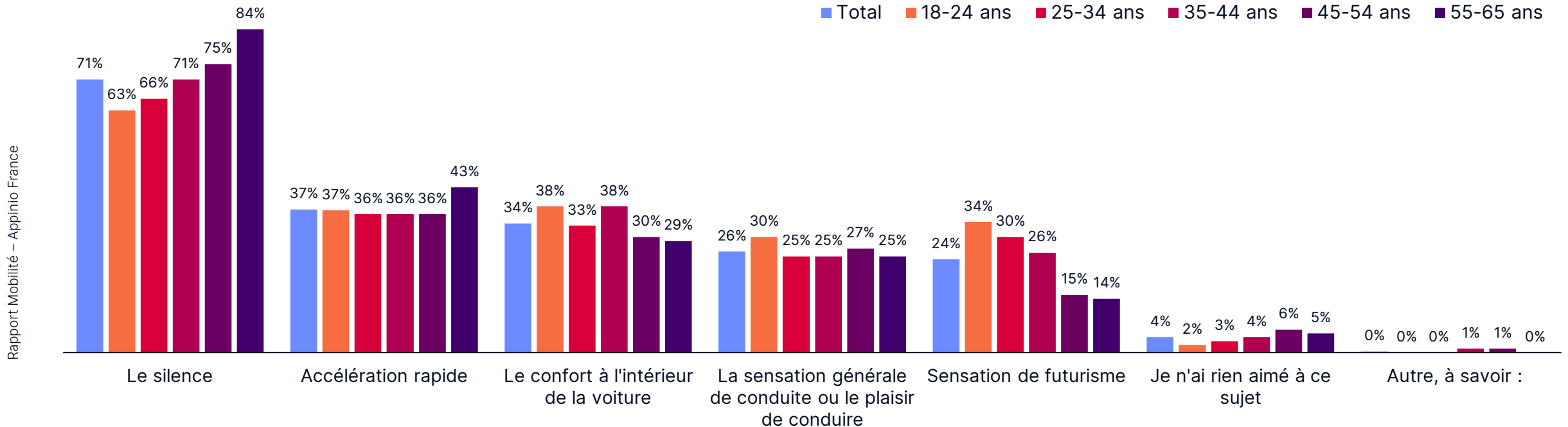
Les répondants issus des **foyers plus aisés** (> 5000 € mensuel net) **se révèlent les plus enthousiastes avec 37 %** d'entre eux jugeant leur expérience très bonne (vs un top box variant entre 22 % et 29 % auprès des autres cibles de revenus.)

Le silence des voitures électriques est de loin la caractéristique la plus appréciée



Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Viennent ensuite le confort de la voiture (48 %), l'accélération rapide et l'impression de futurisme (32 % chacun).

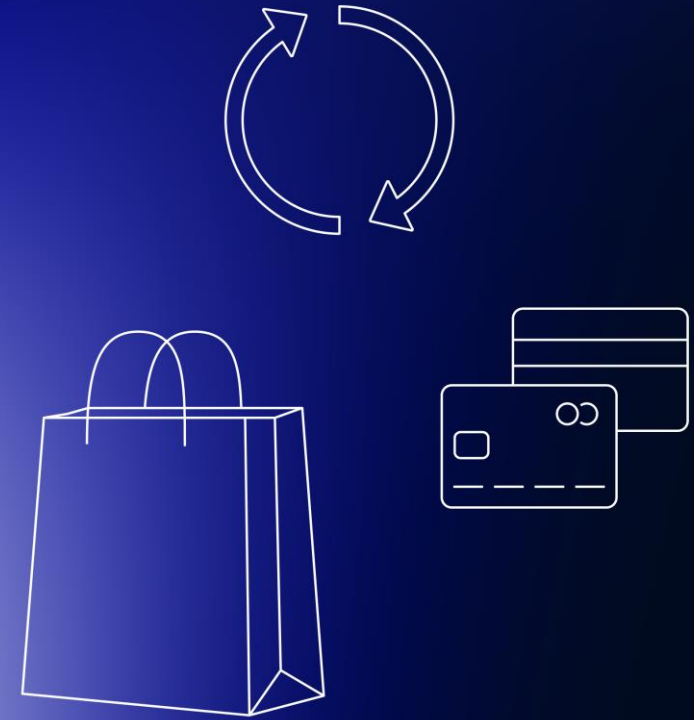


Le **silence** est la caractéristique **la plus appréciée de tous** (71 %), avec un **niveau d'appréciation qui va crescendo** au fur et à mesure que l'âge des répondants augmente.

Les hommes ont tendance à apprécier **les accélérations rapides** possibles (46 % contre 22 % pour les femmes) tandis que **les femmes tendent à préférer le confort** des voitures (38 % contre 31 % pour les hommes).

05

Facteurs d'achat et volonté de tester



« L'électromobilité est sur le point d'atteindre un tournant sur de nombreux marchés, où la demande augmente fortement et où le besoin de véhicules à combustion conventionnels décroît. Étudier ce mouvement du marché et disposer de la bonne capacité au bon moment est l'un des plus grands défis que les constructeurs automobiles ont dû relever au cours des dernières décennies. Des processus de production entiers doivent être réorganisés et les chaînes d'approvisionnement adaptées. Et ce, dans un climat de pénurie de matières premières et de hausse des coûts des matériaux. »

— Federico Magno, Directeur général Mobility, Porsche Consulting GmbH



La sécurité et le prix sont les critères les plus importants lors de l'achat d'une voiture.

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Exception faite auprès des fans, la marque apparaît comme un critère de moindre importance.

	Total	Fan de voitures	Les intéressés	Manque d'intérêt	Les indifférents
Le prix	78%	71%	77%	82%	78%
La sécurité	77%	74%	77%	80%	69%
Le type de voiture (MCI/électrique)	56%	74%	60%	48%	39%
Subventions gouvernementales	55%	63%	56%	54%	48%
Respect de l'environnement	49%	63%	52%	44%	37%
Design	46%	71%	49%	37%	30%
Puissance du moteur	42%	61%	47%	32%	28%
Marque	37%	60%	41%	30%	26%
Services tels que l'aide au parking	34%	54%	37%	25%	26%

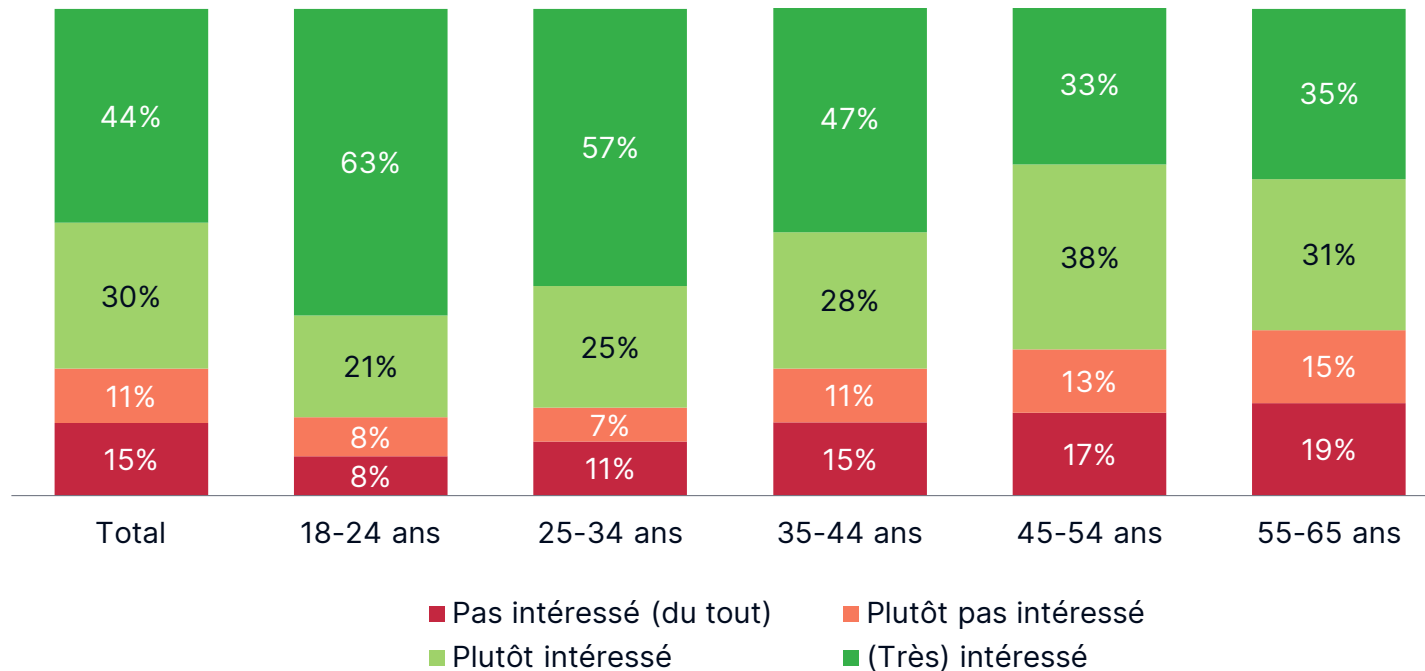
Assez logiquement, **les fans de voitures se montrent attentifs à beaucoup plus de critères**. Ils se distinguent donc de la moyenne sur de nombreux critères, en tête desquels le **design (+26 points)** et la **marque (+23 points)**.

Moins les personnes se montrent intéressées par les voitures, plus le critère « subventions gouvernementales » prend de l'importance, devant même le critère « type de voiture (MCI, électrique) »

La majorité des Français ne possédant pas de VE aimerait un essai gratuit

Les plus jeunes et les personnes issues des foyers les plus aisés sont les plus intéressés.

Imaginez que l'on vous propose d'essayer gratuitement une voiture électrique. Seriez-vous intéressé ?



➤ Plus le **revenu du foyer est élevé, plus ces personnes sont susceptibles de vouloir essayer la conduite en voiture électrique** : 55 % de ceux ayant un revenu net du foyer de plus de 5000 € par mois sont (très) intéressés contre 43 % de ceux ayant un revenu net du foyer de 2000 € par mois.

06

Perception des marques de références de l'e-mobilité



Tesla est imbattable en matière d'innovation et d'ambiance futuriste

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Lorsqu'il s'agit d'autonomie élevée et de respect de l'environnement, Toyota suit de très près.

Quels attributs associez-vous aux marques suivantes en ce qui concerne l'e-mobilité ?

	Innovation	Respect de l'environnement	Vitesse	Futuriste	Plaisir de conduire	Autonomie élevée	Prix élevés	Design attrayant	Passion
Toyota	36%	30%	14%	22%	28%	20%	29%	29%	15%
Mercedes-Benz	25%	11%	37%	18%	40%	13%	72%	36%	29%
Volkswagen	25%	19%	25%	13%	36%	15%	46%	34%	21%
BMW	23%	11%	44%	18%	38%	13%	70%	36%	28%
Porsche	18%	9%	54%	19%	40%	11%	74%	39%	35%
Tesla	44%	28%	25%	49%	28%	28%	65%	36%	17%
Honda	25%	23%	14%	19%	26%	14%	32%	26%	15%
Ford	28%	16%	19%	15%	21%	13%	25%	29%	22%
Volvo	24%	22%	14%	13%	29%	14%	47%	23%	15%
Audi	25%	13%	40%	18%	41%	14%	65%	41%	28%

- Marque #1
- Marque #2
- Marque #3
- ◻ Classement partagé

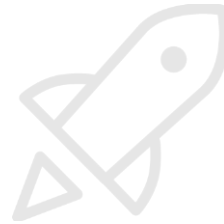
20 points à connaître sur les marques de voitures (1/5)

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Tesla



Tesla est perçue comme la marque la plus futuriste (49 %). En moyenne, les répondants considèrent les autres marques comme étant futuriste à 17 %.



Au sujet des voitures électriques, Tesla est la seconde marque qui vient à l'esprit de 30 % des personnes interrogées. Renault ouvre le bal avec 36 %, et Toyota suit avec 11 %.



Toyota



Lorsque l'on demande aux répondants ce qu'ils pensent de Toyota, ils associent la marque **aux innovations (36 %) et au respect de l'environnement (30 %).**



Des nuances d'opinion selon les tranches d'âge : 38 % des 55-65 ans associent Toyota à l'innovation, mais seulement 33 % des 25-34 ans.

« Notre mission est « La mobilité pour tous ». C'est pourquoi Toyota propose une gamme inégalée de moteurs électriques : de notre technologie hybride solidement établie, aux hybrides rechargeables, en passant par les voitures électriques à batterie et les véhicules à pile à combustible alimentés à l'hydrogène. Depuis de nombreuses années, cette ouverture à la technologie nous a permis de réduire les émissions de CO2 dans le monde entier et d'utiliser les ressources de la planète avec précaution. »

— André Schmidt, Président Toyota Allemagne



20 points à connaître sur les marques de voitures (2/5)

 Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Mercedes-Benz



Le **haut de gamme** semble être le plus souvent associé à Mercedes-Benz : 72 % des répondants l'associent aux prix élevés.



Pour **43 % des Gen Z**, Mercedes-Benz a un **design attrayant**, contre seulement 33 % des 55-65 ans qui sont de cet avis.

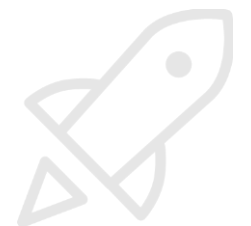
BMW



36 % des répondants pensent à un **design attrayant** lorsqu'il est question de **BMW**. Selon nos résultats, la marque arrive après Audi (41 %) et Porsche (39 %) sur ce critère.



Lorsqu'ils pensent à BMW, les hommes l'associent plus souvent à **l'innovation** que les femmes (26 % contre 19 %).



20 points à connaître sur les marques de voitures (3/5)



Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Honda



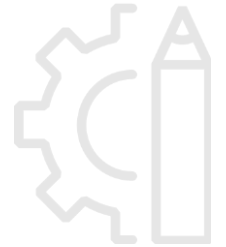
Honda se classe en 3ème position en matière de **respect de l'environnement** (23 %). Toyota (30 %) et Tesla (28 %) y sont plus souvent associés.



Ford



Le **design attrayant** (29 %) est l'association la plus souvent choisie lorsque l'on pense à Ford, suivie par de bonnes **innovations** (28 %).



Les jeunes associent plus Ford à des **prix élevés** que **les plus âgés** (20 % des 18-24 ans contre 8 % des 55-65 ans).

20 points à connaître sur les marques de voitures (4/5)

Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Audi



1 fan de voiture sur 3 associe Audi à une **innovation supérieure**, soit 10 points de plus que la moyenne.

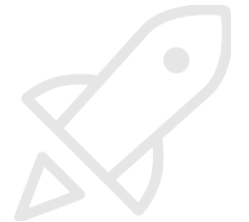


Parmi tous les groupes d'âge, 4 répondants sur 10 associent Audi à un **design attrayant**.

Volkswagen



Les passionnés de voitures perçoivent trois fois plus Volkswagen comme **futuriste** (24 %) que les personnes non intéressées.



55 % des personnes interrogées entre **55 et 65 ans** associent Volkswagen à des **prix élevés**, alors que seulement 32 % des 18-24 ans le font.

20 points à connaître sur les marques de voitures (5/5)

 Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Volvo

VOLVO

Volvo se classe en 4ème position en matière de **respect de l'environnement** (22 %). Toyota (30 %), Tesla (28 %) et Honda (23 %) sont perçues comme plus respectueuses.



Porsche

PORSCHE

Parmi toutes les marques présentées, Porsche est perçue comme la marque proposant les véhicules les plus **rapides** (74 %) devant Mercedes-Benz (72 %) et BMW (70 %).



39 % des hommes associent Porsche à la **passion**, alors que seules 31 % des femmes le font.

07

Comparaison internationale

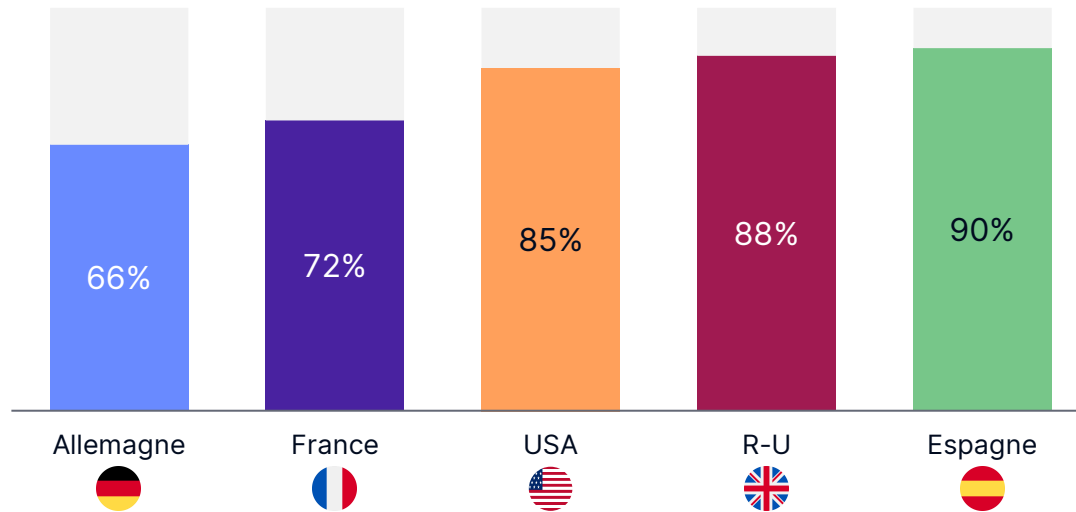


Les Espagnols, les Britanniques et les Américains sont convaincus par l'e-mobilité.

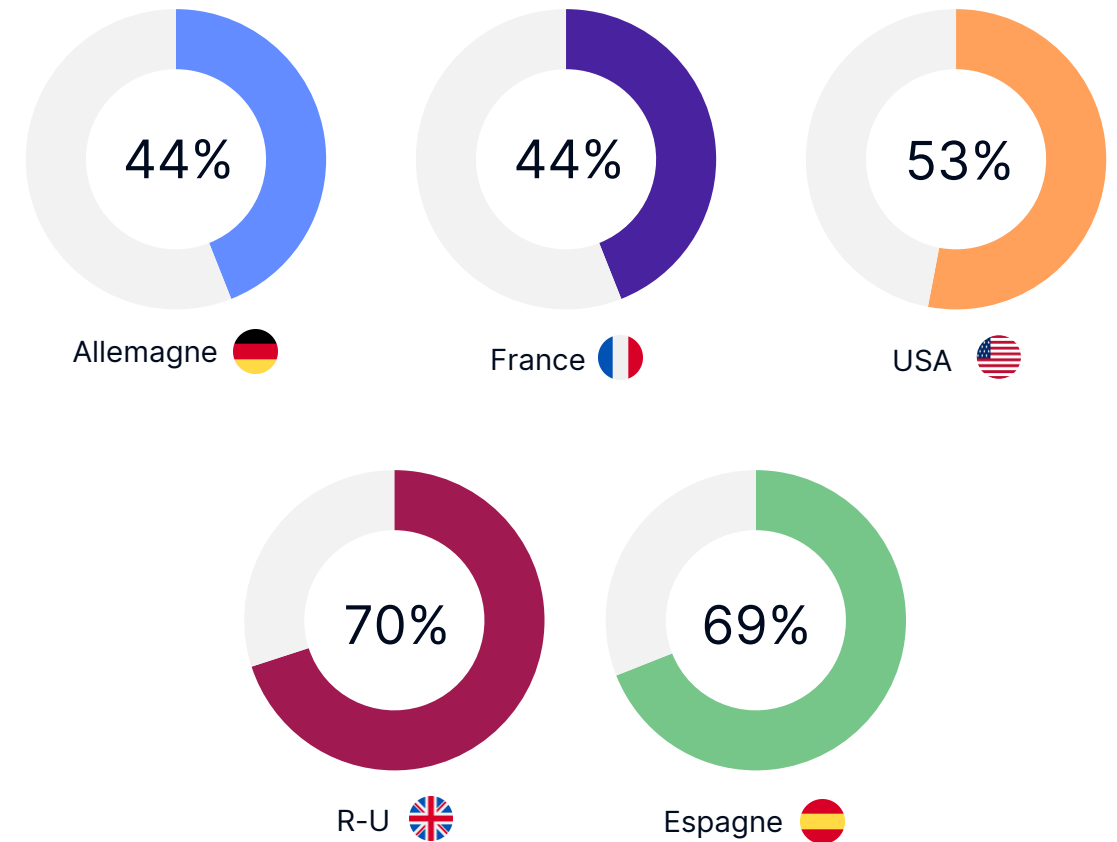
Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur research.appinio.com

Les Allemands et les Français ne sont clairement pas favorables à l'interdiction de l'immatriculation des voitures à moteur à combustion.

Les personnes interrogées qui affirment que les voitures électriques sont l'avenir de la mobilité.



Répondants qui soutiennent l'interdiction des nouvelles immatriculations de moteurs à combustion à partir de 2030.



- Les **Américains**, les **Britanniques** et les **Espagnols** semblent plus **convaincus** quant à l'avenir et au rôle que les véhicules électriques joueront dans la mobilité.
- A l'inverse, les **Allemands** et les **Français** semblent plus circonspects et ce scepticisme transparait dans leur **soutien minoritaire à l'interdiction d'immatriculer les nouvelles voitures à moteur à combustion interne**.

Plus d'une personne sur dix dans les quatre pays possède un véhicule électrique ou hybride.

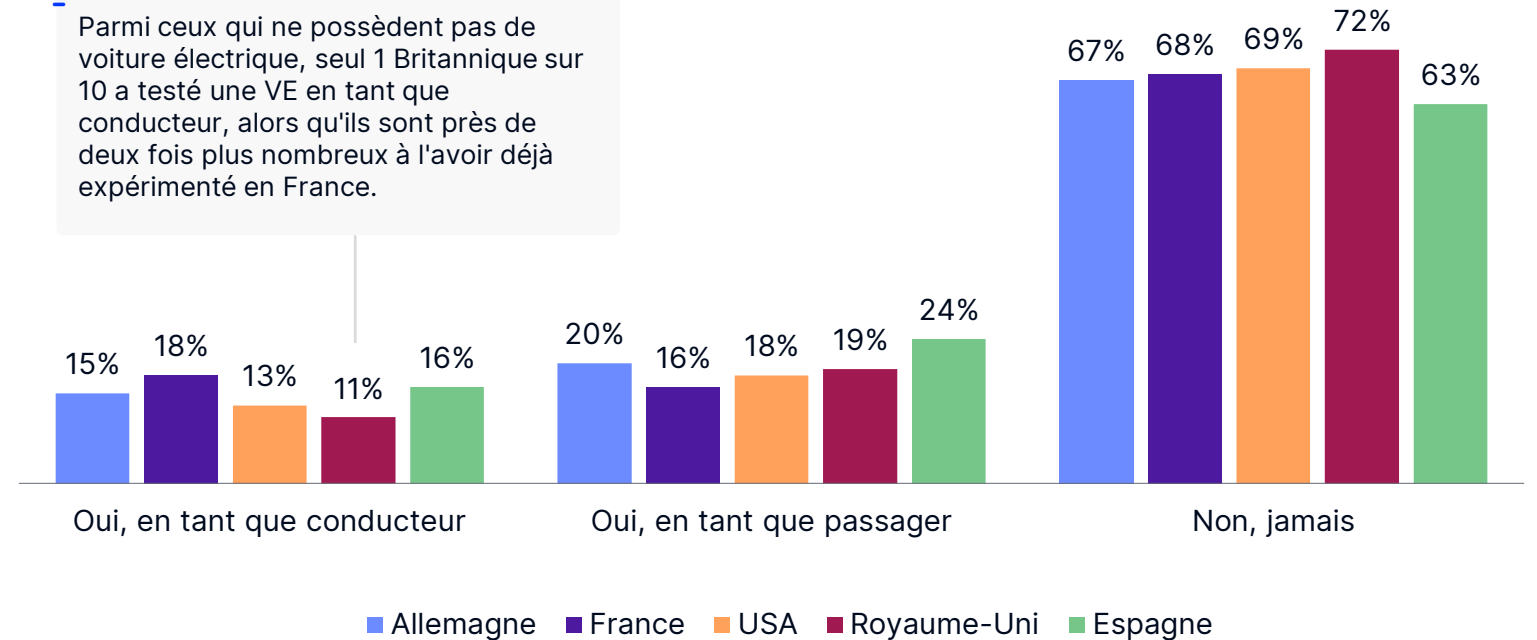
Par rapport aux autres pays, les Britanniques qui ne possèdent pas de voiture électrique sont les moins susceptibles d'en avoir déjà conduit une.



Pourcentage de personnes interrogées qui ont déjà conduit ou roulé dans une voiture électrique.



Parmi ceux qui ne possèdent pas de voiture électrique, seul 1 Britannique sur 10 a testé une VE en tant que conducteur, alors qu'ils sont près de deux fois plus nombreux à l'avoir déjà expérimenté en France.

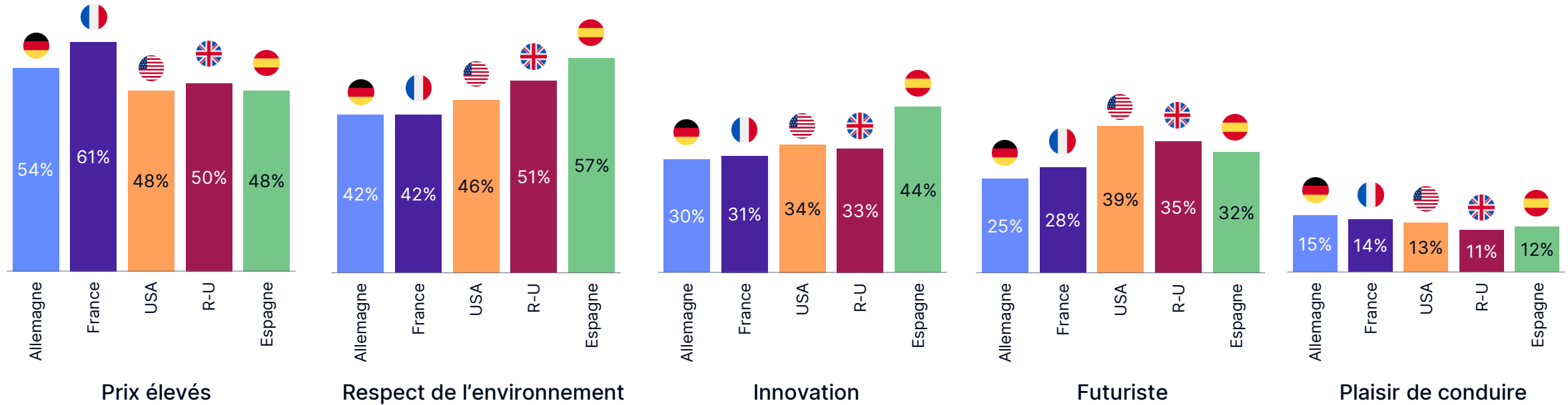


Prix élevé par rapport au respect de l'environnement

Les pays sont en désaccord !

Lorsque vous pensez aux voitures électriques, quels sont les attributs que vous leur associez généralement ?

Rapport Mobilité – Appinio France


























































- Dans tous les pays, on peut observer que plus le groupe d'âge est âgé, plus les répondants associent les voitures électriques à des prix élevés.

- Ce n'est que pour les Espagnols que le **respect de l'environnement** éclipse clairement l'association avec les **prix élevés** (57 % contre 48 % en moyenne pour les 5 pays).
- Au Royaume-Uni, les personnes interrogées placent à égalité le **respect de l'environnement** (51 %) et les **prix élevés** (50 %), tandis qu'en Allemagne (54 %), en France (61 %) et aux Etats-Unis (45 %) c'est l'association avec les prix élevés qui domine.

Tesla est de loin la marque la plus associée à l'e-mobilité dans tous les pays, sauf en France.

Attention, Elon : Renault vous suit de près en France !

Quelles marques sont associées à l'e-mobilité ?

	 Allemagne	 France	 USA	 R-U	 Espagne
Tesla	 66%	 47%	 77%	 53%	 47%
Toyota	 11%	 25%	 25%	 17%	 26%
Renault	 10%	 43%	 1%	 6%	 11%
Volkswagen	 26%	 9%	 7%	 11%	 11%
BMW	 19%	 6%	 9%	 12%	 13%
Hyundai	 9%	 10%	 9%	 13%	 16%
Audi	 14%	 8%	 7%	 9%	 10%
Nissan	 4%	 8%	 10%	 14%	 9%
Mercedes-Benz	 13%	 5%	 5%	 6%	 10%
Porsche	 4%	 2%	 N/A	 2%	 2%

- Les répondants allemands s'en tiennent à des marques connues comme Volkswagen, BMW, Audi et Mercedes Benz.

- Les Français semblent plus partagés, car le nom de Renault est aussi fortement associé à l'e-mobilité : un tête-à-tête incontournable entre la marque culte mondiale Tesla et le champion national tricolore Renault.

08

Méthodologie

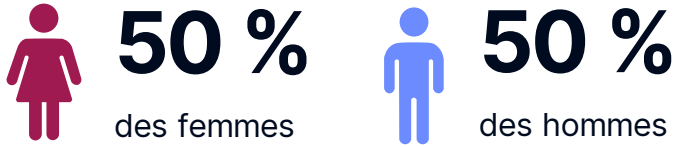


Méthodologie

Rapport Mobilité - Appinio



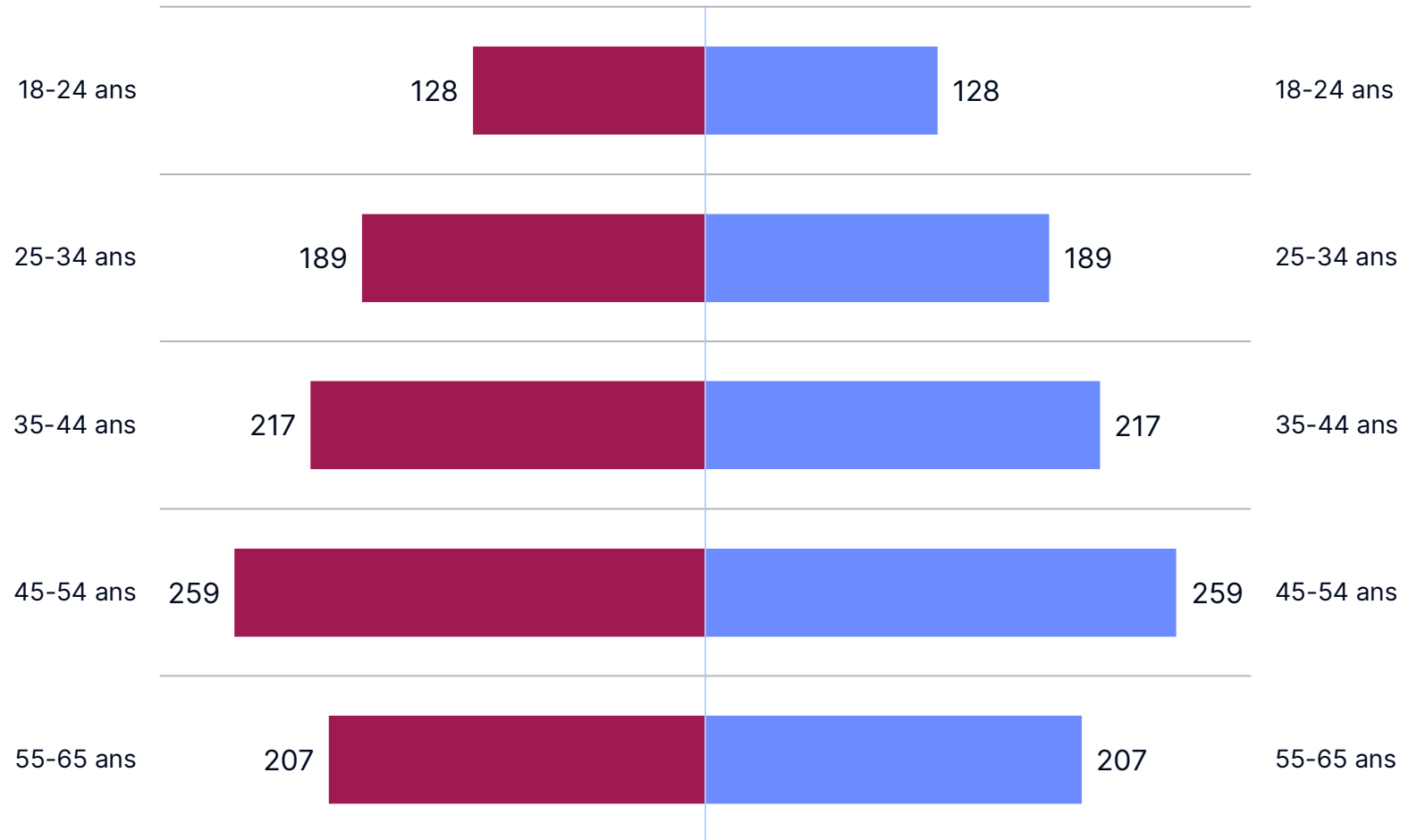
Vous pouvez consulter et filtrer toutes les données sur appinio.com



Ø Âge : 41,8 ans

Rapport Mobilité - Appinio France

- Enquête administrée auprès d'un échantillon de 2000 personnes issues de notre panel France
- Echantillon national représentatif par la méthode des quotas en âge et genre
- Enquête réalisée sur mobile, via l'application Appinio, du 17 au 21 septembre 2021.
- Les données peuvent être consultées, filtrées et téléchargées sur [notre plateforme](#).



Vos contacts Appinio



Jean-Yves Laffon

Country Manager France

Mobile +33 5 32 88 02 58

jean-yves.laffon@appinio.com



Béatrice Crouzatier

Directrice de Clientèle

Mobile +33 5 19 80 01 32

beatrice.crouzatier@appinio.com

Pour les études



Inès Moumène

Chargée d'Etudes

E-mail ines.moumene@appinio.com



Appinio
Große Theaterstraße 31
20354 Hamburg

Appinio USA
1355 Market St
94301 San Francisco

