



LA QUALITE DE L’AIR, PREOCCUPATION MAJEURE DES EUROPEENS

LA QUALITE DE L’AIR, PREOCCUPATION MAJEURE DES EUROPEENS

Les chiffres le montrent : les européens sont plus attentifs que jamais à leur santé, et cherchent de plus en plus à purifier l’air de leur environnement immédiat par leurs propres moyens.

Nissan, constructeur de la Nissan LEAF, véhicule 100% électrique le plus vendu au monde, révèle que la hausse du niveau de pollution dans certaines villes européennes s’effectue en parallèle à une prise de conscience en matière de santé publique des européens¹.

Sur internet, les européens s’intéressent de plus en plus à la qualité de l’air dans leurs villes : la recherche « indice de la qualité de l’air » a bondi de 750%, et la phrase « données de pollution de l’air » de 350%. De même, les recherches contenant les termes « meilleur purificateur d’air » ont augmenté de plus de 750%, atteignant en juin 2016 le point culminant de ces 10 dernières années.

Faisant de ce sujet une véritable préoccupation mondiale, l’Organisation Mondiale de la Santé a récemment déclaré que plus de 80% des personnes résidant en zone urbaine sont exposés à des niveaux de pollution dépassant les limites recommandées². Ce constat se reflète régulièrement dans les capitales européennes lors de journées à pics de pollution. C’est notamment le cas à Paris où les véhicules sont parfois autorisés à circuler en fonction de leur numéro de plaque d’immatriculation.

La qualité de l’air en Europe et dans le monde est donc un sujet majeur. Nissan réaffirme son engagement en matière de mobilité sans émission à l’échappement. La marque se concentre sur les technologies qui contribueront à un futur plus durable et respectueux de l’environnement. Au-delà de la production de la Nissan LEAF et du e-NV200 100% électriques, Nissan a annoncé un partenariat majeur avec la multinationale de l’énergie Enel. Le but : lancer le premier essai de véhicules connectés au réseau d’énergie (V2G) à travers l’Europe. Cette technologie transformera les véhicules électriques en réservoirs mobiles d’énergie renouvelable, avec la possibilité de s’alimenter en électricité ou de redistribuer de l’énergie au réseau.

Nissan a également confirmé sa volonté d’investir le marché du stockage de l’énergie à domicile. La marque vient de commercialiser, le 30 novembre dernier, une gamme de six systèmes xStorage en partenariat avec Eaton. Non seulement cette technologie fournira une seconde vie aux batteries de véhicules 100% électriques Nissan, mais elle offrira aussi une solution de stockage de l’énergie au sein des foyers. Totalement intégré, le Nissan Xstorage permettra aux clients de reprendre le contrôle de leur gestion énergétique.

Gareth Dunsmore, Head of Electric Vehicles pour Nissan en Europe a déclaré : « *Jusqu’à maintenant, la pollution atmosphérique était considérée comme un problème très théorique. Or la mauvaise qualité de l’air possède un impact direct sur les villes européennes et leurs habitants. Tout le monde a un rôle à jouer, y compris les entreprises comme Nissan. En étant depuis 2010 le leader mondial des technologies zéro émission et en posant les jalons d’une vie plus saine et plus respectueuse de l’environnement, Nissan poursuit son double objectif à long terme : zéro émission à l’échappement et zéro accident mortel à bord des véhicules de la marque* ».

Selon de récents rapports ³, le marché mondial des purificateurs d’air devrait dépasser les 59 milliards de dollars d’ici 2021 (soit environ 53 milliards d’euros). La possible augmentation de la pollution et les prises de conscience parmi les citoyens accentuant cette tendance. Les clients changent ainsi de style de vie afin d’améliorer leur santé.

« *En tant que véhicule 100% électrique le plus vendu au monde et qui peut parcourir jusqu’à 250 km en une seule charge, la Nissan LEAF offre une véritable alternative. Et ce, dès aujourd’hui. A chaque véhicule Nissan 100% électrique vendu –et il y en a 60.000 en Europe, nous franchissons une étape vers un environnement urbain sans émission à l’échappement* », a conclu Gareth Dunsmore.

C’est également dans l’optique de répondre à cette préoccupation majeure des européens que Nissan lance de sa nouvelle plateforme communautaire : la campagne “Electrify the World”. Celle-ci a pour objectif de mobiliser un maximum de personnes à travers l’Europe, et les convier à prendre part à la révolution électrique mise en place par Nissan. La réflexion dépasse le strict domaine de la mobilité : elle se structure autour de quatre principaux thèmes : mode de vie électrique, technologies vertes, énergie durable, et travail.

Via les réseaux sociaux et les sites internet de la marque, Nissan emploiera son expertise de pionnier du marché des véhicules 100% électriques pour échanger sur le développement durable et les modes de vie qui s’y associent. La plateforme fournira également un forum pour discuter, interagir avec la marque, et partager ses opinions.

Et cette plateforme dispose également de toute sa place dans le monde réel, avec la mise en place du Nissan Electric Café, lieu éphémère où la marque donne rendez-vous au grand public du 16 au 18 décembre prochains. Pour s’y désaltérer, pas d’argent mais un système original et innovant : chaque visiteur fournira lui-même l’énergie du lieu en échange d’un expresso, ou plus... Situé 132 rue de Turenne dans le 3^e arrondissement de la capitale, ce café se veut un lieu de rencontre et d’échanges d’idées sur le développement durable et la révolution électrique en cours dans les zones urbaines.

1 Data Source: Google Trends (www.google.com/trends) – Comparaison des recherches Google pour les termes ‘meilleur purificateur d’air’, ‘indice de qualité de l’air et ‘données de pollution de l’air’ au Royaume-Uni sur une période de 10 ans du 11 août 2006 au 11 août 2016.

2 <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2016/air-pollution-rising/en/>

3 <https://www.techsciresearch.com/news/1271-air-purifiers-market-set-to-cross-59-billion-by-2021.html>

A propos de Nissan France

Filiale à 100% de Nissan Europe, Nissan France gère la distribution des véhicules Nissan en France depuis 1972.

La large gamme de véhicules proposée par Nissan en France va des crossovers – dont la marque est pionnière – aux citadines, en passant par les véhicules utilitaires ou la supercar GT-R. Les crossovers QASHQAI et JUKE sont les best-sellers de la marque. Nissan est également leader mondial et européen du marché des véhicules 100% électriques avec la berline LEAF et le fourgon compact e-NV200. Nissan participe enfin au développement de la mobilité 100% électrique via l’installation du premier réseau de bornes de recharge rapide en France et en Europe.

Avec sa Nouvelle Promesse Client, Nissan souhaite faire évoluer l’expérience client. Le client est ainsi placé au centre des initiatives de la marque, côté vente mais également après-vente.

En France, Nissan a commercialisé en 2015 plus de 81 360 véhicules soit une part de marché de 3.54%. Nissan occupe ainsi la place de première marque asiatique en France et contribue ainsi aux objectifs du plan mondial à moyen terme Nissan Power 88. Celui-ci prévoit d’atteindre 8% de part de marché et 8% de marge opérationnelle au niveau mondial d’ici 2016.