

PRESS RELEASE

Date 12 Mai 2015, Boulogne

Total pages 2

ÉLECTRIQUES : LES INVISIBLES DU MARCHÉ VO

Avec 10 560 unités en 2014, on ne peut pas dire que le véhicule électrique ait pesé lourd dans les immatriculations françaises (1 795 913 unités pour le seul marché VP). Pourtant, la communication, pour ne pas dire le battage, autour de cette nouvelle énergie - en réalité presque aussi vieille que l'automobile elle-même - ne faiblit guère. Les voitures électriques font le buzz mais qui en achète vraiment et, ensuite, que deviennent-elles sur le marché VO ?

Sur les 10 560 véhicules évoqués, trois modèles se détachent nettement mais pour des raisons différentes. À elle seule, la Renault ZOE représente plus de la moitié du marché (5 970 unités, soit 56,5 %). Elle est aboutie, plutôt séduisante et bénéficie de la force de la marque et du réseau Renault. Vient ensuite la Nissan Leaf (1 604 unités, soit 15,2 %). Elle fut la première à relancer le marché de l'électrique en Europe dès 2011 et peut se targuer, outre cette antériorité, d'une conception réussie du fait qu'elle a été pensée dès l'origine pour la motorisation électrique. La médaille de bronze revient à la Bolloré Bluecar avec 1 170 immatriculations (11,1 %), quasiment toutes dans le cadre du programme Autolib'.

Qui sont les acheteurs ? Sur 5 970 ZOE, 2 740 ont été vendues à des particuliers, 1 700 à des entreprises (dont 420 à des administrations) et 1 540 sont le résultat d'immatriculations « tactiques » (VD et LCD notamment). Concernant les 1 604 Leaf, la clientèle se composait de 503 particuliers, 213 entreprises et 888 « tactiques ». On a vu que la Bluecar constituait un cas à part.

Qu'advient-il de ces voitures sur le marché VO ? La Leaf y est pratiquement introuvable car elle s'exporte très bien vers les pays scandinaves, notamment la Norvège. Les incitations gouvernementales à l'achat de voitures électriques y sont encore plus élevées qu'en France et les différents avantages dont elles bénéficient (exemption totale de péages, stationnement et recharges publiques gratuits, autorisation d'emprunter les couloirs de bus...) assurent leur succès. Et, surtout, ces incitations sont également valables pour les VO.

Le 20 avril dernier, la Norvège a ainsi annoncé avoir immatriculé sa 50 000^e voiture électrique. Une électrique sur trois vendue en Europe l'est en Norvège et ce type d'énergie représentait, au premier trimestre de cette année, 20 % des immatriculations VN du pays. Le gouvernement norvégien pourrait toutefois réduire prochainement le montant de ses aides : les recettes issues de l'automobile sont en baisse, remettant en jeu le modèle économique...

En attendant, pour bien s'exporter au pays des fjords, une voiture électrique doit l'être avec ses batteries. Or, dans le cas de la ZOE ou la Leaf Flex, celles-ci restent la propriété du bailleur.

L'acheteur du VO doit donc reprendre le contrat du précédent propriétaire ou en souscrire un nouveau : un réel obstacle au départ hors de l'Hexagone. Une simple consultation des annonces publiées sur Internet permet d'ailleurs de constater qu'on trouve en France beaucoup plus de ZOE d'occasion que de Leaf...

Les valeurs résiduelles (BtoB) s'en ressentent. Ainsi, à 36 mois/30 000 km, une Leaf se reprend à 39 % du prix neuf, soit 14 000 €, tandis qu'une Leaf Flex se reprend à 43 %, soit 12 800 €. Même écart à 36 mois/15 000 km : 44,9 %, soit 16 038 € pour une Leaf contre 49,1 %, soit 14 600 € pour une Leaf Flex.

Même en France, la propriété des batteries ne suffit pas forcément à déclencher l'achat. Ainsi, les Citroën C-Zero et les Peugeot iOn sont littéralement bradées par les vendeurs professionnels. Dans leur cas, il faut certes y voir une faible attractivité des produits mais aussi le fruit d'une politique commerciale qui a déjà considérablement entamé leur image sur le marché VN où ils ne sont, de toute façon, guère visibles (154 et 163 immatriculations, respectivement, en 2014).

Et les VU ? L'offre n'est guère constituée que du Renault Kangoo Z.E. et du Nissan e-NV200 et le succès tarde à venir. Les professionnels ne goûtent guère l'électrique et, s'ils doivent y passer, ce sera sous la contrainte. Dans le cadre de son plan de lutte contre la pollution liée au trafic routier, la Ville de Paris a annoncé en avril dernier vouloir prendre des mesures pour inciter les professionnels à remplacer leurs véhicules thermiques par des véhicules électriques ou GNV. Dans le même temps, d'autres mesures seront prises pour restreindre la circulation des véhicules considérés comme les plus polluants.

L'aide de la municipalité (de 3 000 à 9 000 € selon la catégorie du VU) viendra s'ajouter aux aides gouvernementales. Si la mesure était étendue aux petits artisans, elle pourrait donner un peu de couleurs au marché du véhicule électrique professionnel. Reste à voir, une fois adoptée, quel sera son succès réel et si d'autres villes suivront l'exemple parisien.

Pour le moment, plus encore que sur le marché VN, les électriques ne constituent qu'un épiphénomène sur le marché VO. Les réticences liées au prix et à l'autonomie demeurent fortes et une étude des chiffres montre qu'au-delà des effets de communication, les véhicules électriques peinent à trouver leur clientèle, surtout auprès des particuliers. Bien qu'ils soient rares sur le marché VO, celui-ci ne leur offre pas de véritable second souffle. Les électriques sont présentées comme des véhicules d'avenir mais cet avenir tarde à se matérialiser...

- FIN -

À propos d'Autovista, Membre d'EUROTAXGLASS'S GROUP

Autovista est la filiale Française d'EUROTAXGLASS'S GROUP est le leader européen de l'information et des solutions à destination du marché automobile. Fort de près de 80 ans d'expérience, il fournit des données sur les valeurs de marché à l'industrie automobile et aux acteurs associés dans 30 pays.