

Communiqué de presse

Une majorité de conducteurs souhaitent que leur prochain véhicule soit électrique ou hybride

Les tendances en matière de mobilité durable se généralisent : le rapport States of Mind Nouvelles Mobilités d'Allianz Partners révèle trois changements de mentalité qui conduisent à un avenir plus vert en matière de mobilité.

Paris, le 20 juin 2023 – Allianz Partners, leader mondial des services d'assurance et d'assistance, publie son dernier rapport de la série States of Mind. S'appuyant sur les informations fournies par **Michael Maicher**, Directeur Commercial Nouvelles et Micro-mobilités du Groupe Allianz Partners, **Alejandro Agag**, Président et responsable de la Formule E et de l'Extrême E, ainsi que les propres résultats d'enquêtes d'Allianz Partners, le rapport met en avant :

- L'adoption accrue de véhicules privés plus écologiques
- La transition de la possession du véhicule vers son simple usage
- L'adoption généralisée de la micro-mobilité, comme les scooters et les vélos électriques

Changement de mentalité 1 - Adopter des transports plus écologiques

Trois usagers de la route sur cinq (60 %) prévoient d'acquérir lors du prochain achat de leur voiture, un véhicule électrique ou hybride, selon une étude d'Allianz Partners sur 10 grands marchés.

La tendance est plus prononcée chez les jeunes familles (75 % des 26-40 ans¹ ayant des enfants). Les formes de transport plus écologiques sont de plus en plus plébiscitées : le rapport souligne également la nécessité d'élaborer des politiques audacieuses, d'investir davantage dans les infrastructures et d'innover pour parvenir à une adoption massive.

Et bien qu'il y ait plus de véhicules électriques sur le marché – 450 modèles étaient disponibles en 2021, soit deux fois plus qu'en 2018 – le rapport pointe les obstacles qui freinent leur adoption malgré la forte demande du public. Le manque d'infrastructure de recharge est un problème important, même si le rapport souligne le potentiel de l'IA dans la technologie des batteries, qui transformerait l'autonomie et les vitesses de charge.

¹ Base de données quantitatives d'Allianz Partners obtenues à partir de données collectées en 2022 auprès de + 25 000 consommateurs sur dix marchés majeurs : Allemagne, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chine, États-Unis, France, Italie et Royaume-Uni.

Changement de mentalité 2 - De la propriété d'un véhicule au simple usage

Les offres MaaS (Mobility-as-a-service) se déclinent et se développent sur plusieurs modes de transport. Les voitures privées n'étant pas utilisées 92 % du temps, la croissance de la mobilité partagée offre une utilisation beaucoup plus efficace des ressources. En se tournant vers l'avenir, le développement de véhicules autonomes (ou sans conducteur) tels que les robots-taxis révolutionnerait le MaaS et augmenterait encore les niveaux d'adoption.

Changement de mentalité 3 - La micro-mobilité se généralise

Le rapport explore également l'impact de la généralisation de la micro-mobilité. Alors que l'utilisation de scooters, de motos et de vélos électriques a considérablement augmenté, leur essor a été complexe et parfois controversé. Les réglementations ont eu du mal à suivre les progrès technologiques, et des villes telle que Paris ont mis en place des mesures pour restreindre leur utilisation. Le rapport souligne aussi un manque de sensibilisation du public en matière d'assurance : les données d'Allianz Partners montrent que 32 % des personnes interrogées ne savent pas si elles sont tenues de souscrire une assurance lorsqu'elles utilisent un scooter électrique. De même, 31 % ne savent pas si une assurance est nécessaire pour utiliser un vélo électrique.

Alejandro Agag, Président et fondateur de la Formule E et de l'Extrême E, a commenté : *« La dernière décennie a connu de fortes mutations en matière de véhicules électriques, à la fois en termes d'avancées technologiques et d'appétit croissant du public. Mais dans l'esprit de ce dernier, il ne s'agit pas seulement d'agir en faveur de l'environnement. Une réduction des coûts, une meilleure expérience utilisateur et des voitures plus attrayantes sur le marché sont tout aussi importants. »*

« Dans le domaine du sport automobile électrique, nous avons constaté des améliorations rapides de la technologie ces dernières années, et je suis très enthousiaste concernant le potentiel de progrès en matière de batteries - l'IA et l'informatique quantique ont le potentiel de révolutionner la densité des batteries. Si nous pouvons exploiter ce potentiel, la révolution des véhicules électriques se fera encore plus rapidement. »

Michael Maicher, Directeur Commercial Nouvelles et Micro-mobilités du Groupe Allianz Partners, a ajouté : *« Nous sommes à un tournant dans l'histoire de la mobilité. Les usagers de la route procèdent déjà à d'importants changements de comportement, qu'il s'agisse d'acheter des véhicules électriques, d'adopter des scooters et des vélos électriques ou de passer de la propriété au simple usage des véhicules. Mais il reste encore beaucoup à faire pour libérer ce potentiel. »*

« On ne saurait trop insister sur le rôle d'infrastructures étendues et efficaces dans la révolution verte. Le manque de bornes de recharge en particulier est un frein à l'adoption d'options plus écologiques. Davantage d'investissements publics et privés dans la mobilité créeront un cercle vertueux, accélérant le rythme des changements technologiques et rendant les solutions durables moins chères et encore plus attrayantes. »



Allianz Partners

À propos d'Allianz Partners

24h/24 et 365 jours par an, Mondial Assistance, Allianz Assistance et Allianz Travel interviennent partout dans le monde pour apporter à leurs clients entreprises et particuliers, des solutions d'assistance dans les domaines de l'automobile, du voyage, des loisirs, de la mobilité, de l'habitat, de l'emploi, de la santé et des services aux personnes. Mondial Assistance, Allianz Assistance et Allianz Travel sont des marques commerciales d'Allianz Partners.

Allianz Partners est l'un des leaders mondiaux B2B2C, dans les domaines de l'assistance, de l'assurance voyage, de la santé à l'international et de l'assurance automobile. Le groupe compte plus de 21 000 collaborateurs dans 75 pays, parlant 70 langues et traitant 72,5 millions de dossiers chaque année, protégeant clients et salariés dans le monde entier.

www.allianzpartners.fr

À propos des données Customer Lab d'Allianz Partners

Le Customer Lab d'Allianz Partners est une base de données quantitative exclusive d'informations sur les consommateurs. Les données de 2022 ont été collectées au printemps 2022 et ont impliqué une enquête auprès de plus de 25 000 consommateurs sur dix marchés principaux : Australie, Belgique, Brésil, Canada, Chine, France, Allemagne, Italie, Royaume-Uni et États-Unis. Les données sont analysées au niveau du pays et du groupe d'âge, ainsi qu'au niveau de l'échantillon total.

Réseaux sociaux



Suivez-nous Twitter [@Allianz Partners](https://twitter.com/AllianzPartners)



Suivez-nous sur LinkedIn [@Allianz Partners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)