

Etude AlixPartners

Véhicules électriques : les intentions d'achat stagnent en Europe, les constructeurs chinois confirment leur potentiel

- **Les intentions d'achat de véhicules électriques stagnent en Europe**, et aux Etats-Unis, et progressent en Chine, où elles sont déjà très hautes. Le jeu reste très ouvert.
- **Les trois premiers freins à l'achat** sont le manque de points de charge, l'autonomie de la batterie et le temps de recharge.
- **Les marques chinoises (BYD, NIO...)** sont bien identifiées par les conducteurs du monde entier, surtout les plus jeunes.
- **Le prix est la principale porte d'entrée des véhicules chinois** sur les marchés européens et américains, une priorité pour les constructeurs.
- Les conducteurs voient dans les véhicules hybrides rechargeables une solution intermédiaire au déficit d'infrastructure.

Paris, le 25 avril 2024 - A l'occasion du salon de l'automobile Auto China à Pékin, le cabinet de conseil en stratégie international AlixPartners dévoile la troisième édition de son enquête sur les intentions d'achat de véhicules électriques, réalisée auprès de 9 000 personnes, dans huit pays, dont la France, la Chine et les Etats-Unis.

La Chine confirme tout son potentiel, devant l'Europe et les Etats-Unis, aussi bien concernant l'appétit des consommateurs que la pertinence de l'offre des constructeurs. En effet, les intentions d'achat y sont non seulement très hautes, mais aussi en forte hausse, tandis qu'elles stagnent aux États-Unis et en Europe, tout en étant nettement plus basses.

En Chine, 97% des conducteurs se disent « prêts » à acheter un véhicule électrique à batterie (BEV), marquant une augmentation significative par rapport aux années précédentes (73% en 2019, 85% en 2021), alors que les chiffres sont stables aux Etats-Unis (35% en 2021 et 2024) et en Europe (42% en 2021, 43 % en 2024).

Interrogés sur les freins à l'achat, les conducteurs européens placent la durée de vie de la batterie (40%), le nombre de points de charge (38%), l'autonomie (38%), et le temps de recharge (37%). Par rapport à la Chine, le décalage est particulièrement important concernant le manque de points de recharge (+8 points), le temps de recharge (+8 points), et l'absence de services d'entretien et de réparation (23%, +4 points).

L'étude révèle également plusieurs points importants :

Notoriété des marques chinoises : La notoriété des véhicules électriques chinois est importante parmi les candidats à l'achat de BEV. En France, 57% d'entre eux connaissent au moins une marque (parmi eux, 25% connaissent BYD, 15% NIO, 13% Leap Motor, 10% Li Auto). C'est même 71% en Allemagne. En Europe, la notoriété des marques chinoises est particulièrement élevée dans la tranche d'âge des 18-35 ans (entre 72 et 74 %).

Les prix compétitifs des BEV chinois sont la porte d'entrée pour attirer les clients. En France, à un prix inférieur de 20%, 70% des candidats à l'achat d'un véhicule électrique envisageraient un modèle chinois. Des résultats proches de ceux observés en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

Alors que le prix est le principal critère pour les consommateurs européens lors du choix d'un BEV chinois, les conducteurs chinois voient le style, la nouveauté des modèles, et le coût total d'utilisation comme des arguments essentiels. Cela pourrait évoluer dans un futur proche en Europe et aux Etats-Unis, à mesure que le marché local des BEV rattrape la maturité du marché chinois.

Fidélité aux véhicules électriques : La loyauté envers les BEV reste forte parmi les propriétaires actuels à l'échelle mondiale. En effet, 83% des propriétaires de BEV sont « très » ou « modérément » enclins à acquérir un autre BEV, une augmentation par rapport aux 75% observés lors de l'enquête de 2021. En comparaison, chez les propriétaires de véhicules thermiques, seulement 27% envisagent de passer à un BEV pour leur prochain achat, proche des 28% de 2021.

Alexandre Marian, Partner & Managing Director, en charge de l'automobile pour AlixPartners en France : *« La Chine occupe clairement la position de leader dans la course mondiale aux véhicules électriques. Les consommateurs chinois les voient désormais comme une option évidente, soutenue par un réseau de recharge établi et des véhicules sophistiqués. La France et l'Europe ne pourront pas faire l'économie d'une réflexion pour rassurer les clients quant au réseau de charge, perçu comme un frein à l'achat. »*

Ces préoccupations ont conduit de nombreux acheteurs potentiels de BEV à considérer les véhicules électriques hybrides rechargeables (PHEV), qui combinent un moteur à combustion interne et une batterie électrique. En Europe, 79% de ceux qui envisagent d'acheter un BEV déclarent un intérêt pour ces véhicules hybrides rechargeables. Aux Etats-Unis, c'est même 83 %.

Alexandre Marian : *« Aux États-Unis et en Europe, les acheteurs intéressés par les véhicules électriques pourraient se tourner vers les modèles hybrides rechargeables, comme un substitut pour répondre à leurs préoccupations liées à la recharge et à l'autonomie. Cela pose un défi pour les constructeurs traditionnels, les fournisseurs et les concessionnaires qui doivent adapter leurs investissements, et revoir l'allocation du capital pour rester compétitifs. »*

« Le fait que les véhicules hybrides ne fonctionnent pas autant que prévu avec la traction électrique, contrairement aux attentes, rend la décarbonation de la mobilité plus lente. Cela complique la tâche pour les constructeurs occidentaux, la marge d'erreur étant déjà très faible au vu de la compétitivité des marques chinoises. »

L'étude souligne que les PHEV répondent actuellement à deux des principaux défis des consommateurs intéressés par les BEV : la recharge et l'autonomie. Toutefois, son attrait devrait diminuer à long terme, avec 85 % des propriétaires de PHEV au niveau mondial qui envisagent sérieusement un passage au BEV d'ici 2035.

A propos d'AlixPartners

AlixPartners est un cabinet international de conseil. Les consultants d'AlixPartners sont spécialisés dans la restauration de la performance et la création de valeur à chaque étape de la vie de l'entreprise. AlixPartners intervient sur des situations à fort impact pour leurs clients et offre des résultats durables et notables. L'expertise d'AlixPartners couvre un large éventail d'entreprises et d'industries, et ce, qu'elles soient financièrement saines ou en situation délicate. Depuis 1981, AlixPartners a choisi une approche unique, en travaillant avec des équipes réduites d'experts expérimentés pour assister les conseils d'administration et les managers, les cabinets d'avocats, les banques d'investissement et les investisseurs à gérer les problématiques complexes auxquelles leur entreprise peut être confrontée. Plus d'information sur : www.alixpartners.com