

LE 22 JANVIER 2026

Le "Charge-mergency" : quand les Français simulent la panne de batterie pour échapper à la (belle) famille !



Paris, le 22 janvier 2026 – Les vacances de Noël ont beau être terminées, les discussions autour de l'étiquette sociale en matière de véhicules électriques continuent de faire des étincelles ! Curieux de décrypter ces nouvelles règles "des bonnes manières" électrique, Ford a mené une vaste étude paneuropéenne sur les comportements des conducteurs de véhicules électriques. Et une chose est sûre : les Français ont, comme à leur habitude, quelques particularités bien à eux !

Voici une sélection de "Fun Facts" qui vont vous électriser :

- **Le palmarès de la gêne : la recharge, plus délicate que la chasse d'eau !** En pleine visite chez des amis ou en famille, quelle est la situation la plus délicate ? Pour les Français, le verdict est clair : demander à recharger sa voiture électrique (32 %) est **officiellement plus embarrassant** que de ne pas savoir comment tirer la chasse d'eau des toilettes (31 %) ! Et tenez-vous bien : ce malaise frôle celui de demander le ticket de caisse d'un cadeau de Noël qui n'a pas plu (38%). Nos voisins italiens, eux, sont les champions de la décontraction, avec 47% trouvant cette demande "pas gênante du tout". En France, on n'est pas (encore) aussi zen !
- **Le 'Charge-mergency' : l'art de l'esquive à la française ?** Quand l'ambiance familiale devient un peu trop... sous tension, quoi de mieux qu'une excuse en béton ? Plus d'un

Pour les communiqués de presses et documents liés, photos et vidéos, rendez-vous sur www.fordmedia.eu ou www.media.ford.com.

Suivez www.linkedin.com/company/ford-in-europe, www.youtube.com/FordNewsEurope, www.instagram.com/FordNewsEurope, www.threads.net/@fordnewseurope et www.tiktok.com/@FordNewsEurope

tiers des Français (39 %) envisageraient de simuler une panne de batterie pour s'offrir une pause salvatrice. Un stratagème malin, mais les véritables champions de ce stratagème sont nos amis Britanniques : plus des deux tiers (63 %) d'entre eux sont prêts à invoquer leur VE pour un moment de répit loin de leurs famille ou belle-famille !

- **Les kms de la gêne :** Quand il s'agit d'éviter une demande potentiellement gênante, les Français sont prêts à faire un détour ! 44 % des conducteurs français de véhicules électriques préféreraient parcourir 5 km ou plus pour trouver une borne publique plutôt que de demander à leurs hôtes. C'est le score le plus élevé en Europe, devant l'Italie (37 %), le Royaume-Uni (35 %) et l'Allemagne (35 %). La discrétion, c'est chic, même pour recharger !
- **Le "merci" pragmatique des Français :** Pour remercier leurs hôtes d'une recharge, les Français (33 %) sont les plus nombreux à proposer de rembourser le coût exact de l'électricité. Une approche directe et pragmatique, bien différente de celle de nos amis italiens, qui préfèrent offrir une bonne bouteille de vin (34 %), ou des Espagnols, qui optent pour la promesse d'un service futur (39 %) !
- **Le "non" qui pique :** Les Français, champions du refus de recharge ? Près de 30 % des conducteurs français de VE ont déjà essuyé un refus lorsqu'ils ont demandé à recharger chez des proches. C'est l'un des taux les plus élevés d'Europe, bien au-dessus de l'Italie (19 %) ou du Royaume-Uni (23 %). Est-ce notre sens de la propriété ou la crainte d'une facture d'électricité salée ? Mystère !
- **Derrière le sourire, l'agacement !** Attention aux apparences ! Près d'un quart (23 %) des hôtes français avouent qu'une demande de recharge pour un véhicule électrique, même polie, provoquerait chez eux un... léger agacement. C'est un score bien plus élevé que chez nos voisins allemands (seulement 7 %) ou britanniques (12 %). La courtoisie française a ses limites, surtout quand il s'agit de la facture d'électricité ! Et la surprise ne s'arrête pas là : même les foyers équipés d'une borne de recharge ne sont pas immunisés, 18 % de ces hôtes français resteraient agacés par une telle requête.

*"Ces résultats amusants montrent que l'adoption des véhicules électriques apporte aussi son lot de nouvelles questions sociales." déclare **Louis-Carl Vignon, PDG de Ford France**. "Alors que nos Ford Explorer, Capri et Puma Gen-E continuent de séduire, nous travaillons sans relâche pour anticiper les besoins et les... petites angoisses de nos conducteurs. Et pour ceux qui hésitent à demander une rallonge, pas de panique, notre application Electroverse by Octopus permet de trouver une station en quelques secondes au sein de notre réseau de recharge BlueOval !"*

A propos de la Société Automobile Ford

La Société Automobile Ford est une entreprise globale située à Dearborn dans le Michigan, unie pour aider à construire un monde meilleur où tout le monde est libre de bouger et poursuivre ses rêves. Le plan de l'entreprise Ford+ pour la croissance et la valorisation de la création combine les atouts existants, les nouvelles capacités et les relations permanentes avec les clients afin d'enrichir leur expérience et renforcer leur fidélité. Ford développe et propose des camions innovants et indispensables, des véhicules sportifs, des vans commerciaux et des voitures et véhicules de luxe toujours avec des services connectés. L'entreprise y parvient grâce à trois segments axés sur le client : Ford Blue, des véhicules à essence et

Pour les communiqués de presses et documents liés, photos et vidéos, rendez-vous sur www.fordmedia.eu ou www.media.ford.com.

Suivez www.linkedin.com/company/ford-in-europe, www.youtube.com/FordNewsEurope, www.instagram.com/FordNewsEurope, www.threads.net/@fordnewseurope et www.tiktok.com/@FordNewsEurope

également hybrides ; Ford Model, inventer des véhicules électriques révolutionnaires ainsi que des logiciels embarqués qui définit une expérience digitale exceptionnelle pour tous les clients ; et Ford Pro, aidant les clients commerçants à transformer et étendre leur entreprise avec les véhicules et les services adaptés à leurs besoins. Ajouté à cela, Ford fournit des services financiers grâce à la Société de Crédit Ford. Ford emploie près de 171 000 personnes dans le monde entier. Plus d'informations à propos de l'entreprise et ses produits et services sont disponibles sur corporate.ford.com

Pour les communiqués de presses et documents liés, photos et vidéos, rendez-vous sur www.fordmedia.eu ou www.media.ford.com.

Suivez www.linkedin.com/company/ford-in-europe, www.youtube.com/FordNewsEurope, www.instagram.com/FordNewsEurope, www.threads.net/@fordnewseurope et www.tiktok.com/@FordNewsEurope