

DRIVECO

Communiqué de presse

Première enquête post-électorale sur la voiture électrique :

ALORS QUE LES CONDUCTEURS DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES SONT HEUREUX, DES FREINS À LA DÉMOCRATISATION PERSISTENT DANS UNE FRANCE ENCORE DIVISÉE ET MÉFIANTE DU DISCOURS POLITIQUE

- 90% des conducteurs de véhicules électriques sont satisfaits de leur utilisation,
- D'importantes disparités géographiques et générationnelles demeurent sur l'image du véhicule électrique (44% d'image positive en zone rurale à 63% pour les Français vivant par exemple en agglomération parisienne),
- 55% des Français ne font pas confiance aux pouvoirs publics pour agir efficacement en faveur de la réduction de l'impact environnemental de l'automobile,
- Le prix d'acquisition du véhicule électrique est le premier obstacle à la conversion pour 56% des Français,
- 82% des utilisateurs sont satisfaits de l'expérience des bornes de recharge ouvertes au public, et une diminution du temps de recharge pourrait être décisif dans le passage à l'électrique pour 36% des Français.

Paris, le 17 septembre 2024 – À l'occasion de l'ouverture de la semaine européenne de la mobilité, l'étude inédite DRIVECO x Toluna Harris Interactive¹ dresse un état des lieux des perceptions, craintes et réalités liées aux véhicules électriques. Elle confronte l'imaginaire des conducteurs en général et des propriétaires de véhicules thermiques aux expériences concrètes des utilisateurs de voitures électriques.

Ion Leahu-Aluas, Directeur général de DRIVECO déclare : « *L'essor du véhicule électrique, porté par les réglementations nationales et européennes, suscite des débats passionnés et souvent clivants. Les récentes élections européennes et législatives ont été l'occasion d'une profusion d'informations et de contre-informations sur le sujet. Dans ce contexte où « tout et son contraire » se dit, il était crucial de démêler le vrai du faux. En tant qu'opérateur de recharge électrique français et européen, notre mission est de participer à la démocratisation de la mobilité électrique et de lever les obstacles à l'adoption. Notre rôle est d'apporter la meilleure expérience de recharge et le meilleur maillage de bornes et de travailler avec l'ensemble de l'écosystème pour faire connaître les freins existants pour les lever ».*

Jean-Daniel Levy, Directeur Général de Harris Interactive : « *Si la nécessité et l'ampleur du défi qui se trouve devant nous est reconnu par une majorité de Français, les conditions de sa réussite se heurtent aujourd'hui encore à des obstacles majeurs et nous le voyons dans cette étude : sur le plan personnel et quotidien, accepter de faire évoluer ses habitudes ; sur le plan environnemental, être davantage convaincus par le véhicule électrique; sur le plan économique, être accompagné à l'heure où – pour près d'un Français sur deux – ce type de véhicule semble hors de portée ne serait-ce que du point de vue du coût à l'achat ».*

¹ Tolluna Harris Interactive a interrogé un échantillon de 3009 Français, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, complété par un échantillon complémentaire de 140 personnes, possesseurs d'un véhicule électrique – du 19 au 24 juillet 2024

DRIVECO

Heureux comme un conducteur de véhicule électrique.

L'électrique est un aller sans retour. Le véhicule électrique dispose globalement d'une bonne image dans l'opinion. Cette appréciation positive s'affirme d'autant plus une fois que le véhicule électrique est possédé et utilisé.

Les conducteurs de véhicules électriques sont en effet en très large majorité satisfaits de leur utilisation au quotidien (90%) dont 48% sont « tout à fait satisfaits ». Ils sont à la fois plus attachés à leurs véhicules que les propriétaires de voiture thermique (soit plus de +11 pts) et plus fiers (+20 pts). Ce sentiment de fierté est revendiqué par 72% d'entre eux (vs. 52% pour les véhicules thermiques).

Les Français restent pourtant très divisés : des freins à l'adoption des véhicules électriques à lever.

On observe une image différente de la voiture électrique en fonction du lieu de vie des Français, passant ainsi de 44% d'image positive en zone rurale à 63% pour les Français vivant par exemple en agglomération parisienne. De la même façon, l'image est meilleure auprès des plus jeunes (69% chez les 18-24 ans) versus les plus âgés (41% des 65 ans et plus).

Le coût d'utilisation du véhicule électrique est un avantage déterminant (85% des conducteurs de véhicules électriques sont « satisfaits » contre 72% pour les véhicules thermiques) mais se heurte au coût élevé d'acquisition, qui s'il baissait au même niveau que celui des véhicules thermiques, pourrait inciter 37% des conducteurs à basculer vers l'électrique.

Le principal frein lors d'un futur achat dans les 5 prochaines années au choix d'un véhicule électrique est le prix, un argument cité dans 56% des cas, devant les enjeux d'autonomie de batterie.

Une bonne image de l'expérience de recharge électrique mais des attentes fortes en matière de réduction du temps de recharge et de maillage en dehors du domicile.

Dans ce contexte, les leviers susceptibles d'inciter les conducteurs de véhicule thermique à se convertir à l'électrique sont les suivants : des prix alignés sur ceux des véhicules thermiques : 37%, des aides à l'achat étaient plus conséquentes : 31% et une diminution du temps de recharge : 36%.

Le niveau de satisfaction à l'égard des bornes de recharge ouvertes au public est élevé (82%) mais présente lui aussi des disparités géographiques : on note 87% des conducteurs de VE exprimant un bilan positif au sein des grandes agglomérations vs 77% en zone rurale. Les bornes sont jugées par les conducteurs de VE faciles à utiliser (80%), et à localiser (74%). En outre, 85% des Français peuvent charger chez eux, y compris en appartement ou en région parisienne (80%).

Les Français sont particulièrement méfiants vis-à-vis du discours politique.

Plus d'un Français sur 2 (55%) ne fait pas confiance aux pouvoirs publics pour agir efficacement en faveur de la réduction de l'impact environnemental de l'automobile.

DRIVECO

Enfin, 73% des Français pensent que l'interdiction des ventes de voitures thermiques prévue pour 2035 sera reportée (un chiffre qui tombe à 46% chez les conducteurs de véhicules électriques).

En revanche, ils portent leur confiance sur les acteurs privés, au premier rang desquels les constructeurs.

Contacts Presse

Tarik Magra - tarik.magra@driveco.com - +33 6 19 02 36 46

Alexandre Dechaux - alexandre.dechaux@teneo.com - +33 6 17 96 61 41

A propos de DRIVECO

Pionnier français de la recharge de véhicules, DRIVECO a pour mission de rendre accessible à tous la mobilité électrique, en proposant l'expérience la plus simple, en développant le réseau le plus fiable et en fournissant une énergie renouvelable, pour construire une société plus écologique. DRIVECO, c'est un réseau de 10 000 points de charge exploités ou en cours d'installation, et le plus grand réseau de bornes de recharge ouvertes au public en France, avec la meilleure fiabilité du marché. Depuis sa création, l'ensemble des points de charges DRIVECO ont permis de recharger 180 millions de kilomètres parcourus en électrique, l'équivalent de 4 500 fois le tour de la Terre. Avec plus de 35 000 tonnes de CO2 évitées, DRIVECO a fourni plus de 30 millions de kWh d'électricité depuis sa création. Pour plus d'informations, visitez www.driveco.com et LinkedIn (DRIVECO).

A propos de la méthodologie employée par Toluna Harris Interactive

Enquête réalisée par Toluna Harris Interactive du 19 au 24 juillet 2024. Échantillon de 3 009 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Échantillon complémentaire de 140 personnes, possesseurs d'un véhicule électrique. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération de l'interviewé(e). Les possesseurs de véhicules électriques ont été remis au poids réel au sein de la population française.