

## LE ZOOM ÉCO DE 15H30 29/11/2018

### ALLEMAGNE

#### POURQUOI LES VENTES DE VOITURES ÉLECTRIQUES RESTENT FAIBLES EN ALLEMAGNE

En comparaison avec d'autres pays, les ventes de voitures électriques sur le marché allemand restent limitées, alors que les constructeurs allemands, comme leurs homologues internationaux, investissent massivement dans l'électrification de leur gamme.

Quels sont donc les critères qui découragent les consommateurs allemands à acheter des modèles électriques ? Une étude réalisée par Capgemini auprès de 762 personnes, dont 251 en Allemagne, 256 aux États-Unis et 255 en Chine tente de répondre à cette question.

Selon cette étude, les Allemands estiment ne pas avoir accès à suffisamment d'informations sur les voitures électriques avant leur achat. En effet, dans les trois pays concernés, 53 % des personnes interrogées ont déclaré ne pas être suffisamment informées sur les voitures électriques. Or, en Allemagne, cette part monte à 64 % des sondés.

Dans le détail, en Allemagne, seuls 29 % des personnes interrogées estiment avoir suffisamment d'information sur les batteries et moins d'un quart pensent en savoir assez sur les infrastructures de recharge.

Or, le manque d'information est particulièrement dommageable pour le développement du marché des voitures électriques, étant donné que 95 % des consommateurs allemands estiment qu'il est important, avant l'achat, d'avoir de bonnes informations sur le coût et la durée de vie des batteries. 94 % estiment qu'il est décisif d'avoir des informations sur l'autonomie des voitures électriques et 94 % déclarent prendre en compte les informations sur les bornes de recharge dans leur décision.

De plus, l'étude a montré que 32 % des Allemands seraient intéressés par l'utilisation de bornes de recharge publiques et 35 % par l'utilisation de bornes de recharge rapide. Or, en dehors du réseau de Tesla, l'Allemagne ne compte quasiment pas de bornes de recharge rapide.

Par ailleurs, l'étude de Capgemini a montré qu'environ 75 % des Allemands et des Américains ne feraient confiance qu'à des marques bien établies pour leur vendre une voiture électrique, alors qu'un tiers des Chinois considèrent que les nouvelles marques peuvent également être fiables.

A ce sujet, de nombreux consommateurs allemands souhaiteraient (pour 39 % d'entre eux) acheter

une borne de recharge pour leur usage particulier en même que la voiture électrique et 41 % souhaiteraient que l'installation de cette borne soit réalisée par le constructeur, pour une question de confiance. Or, l'installation et la commercialisation des bornes particulières revient généralement à une entreprise tierce.

L'industrie automobile allemande doit donc s'adapter aux interrogations des consommateurs tant sur les modèles que sur les infrastructures pour satisfaire pleinement les premiers utilisateurs, qui pourront ensuite devenir ambassadeur de cette technologie.

Par [Cindy Lavrut](#)