

Communiqué de presse

Urdorf, 10 novembre 2020

ENQUÊTE EUROPÉENNE - INTÉRÊT POUR LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE ACCRU ETUDE IPSOS - RENAULT : DE NOMBREUX EUROPÉENS SONT PRÊTS À PASSER À LA VOITURE ÉLECTRIQUE

- 8 Européens sur 10 souhaitent un développement massif des véhicules électriques et hybrides.
- C'est le résultat d'une enquête représentative menée par Renault et IPSOS auprès de plus de 5'000 personnes sondées, en Allemagne, en France, en Italie, en Espagne et en Grande-Bretagne.
- De nombreuses personnes interrogées ont émis non seulement le souhait de pouvoir choisir parmi une gamme plus large de modèles électriques et hybrides, mais aussi celui de passer à la mobilité électrique dans un avenir proche.

Urdorf, 10 novembre 2020 - *"Les automobilistes européens sont convaincus des avantages des véhicules électriques - en particulier pour l'environnement", affirment les auteurs de l'étude. "Nombreux sont ceux qui envisagent d'acheter un véhicule électrique ou hybride. L'enquête reflète ce que nous voyons également dans nos concessions automobiles : De plus en plus de clients recherchent des informations sur nos modèles hybrides et électriques et veulent les essayer", poursuit-elle.*

Selon l'étude, ce sont principalement les jeunes conducteurs, de plus en plus sensibilisés aux problématiques environnementales, qui sont moteurs de la croissance de la mobilité électrique. Ainsi, 46 % des moins de 34 ans ont déclaré être prêts à passer à la voiture électrique. 50 % d'entre eux choisiraient un modèle hybride comme prochaine voiture. En outre, 76 % des personnes interrogées trouvent la conduite d'un véhicule électrique ou hybride plus agréable que celle d'un véhicule conventionnel.

DES CONSOMMATEURS SOUVENT MAL INFORMÉS

Cependant, l'étude révèle que si l'intérêt pour la mobilité électrique est grand, une proportion importante des personnes interrogées (76 %) n'a pas encore d'expérience personnelle des véhicules électriques. Les connaissances spécifiques à ce sujet ne sont pas très répandues. Ainsi, plus de la moitié des participants à l'étude ne savait pas que les véhicules hybrides rechargeables utilisent également un moteur thermique. Beaucoup ignoraient également que le processus de charge des voitures électriques est programmable, que l'électricité de la batterie peut être réinjectée dans le réseau et que les batteries peuvent être réutilisées. De nombreuses personnes interrogées ignoraient également à quel point l'entretien d'un véhicule est moins coûteux qu'un véhicule classique. Renault en conclue que c'est le manque d'expérience dans leur utilisation qui représente l'un des plus grands obstacles au passage au véhicule électrique.

Contacts médias

Karin Kirchner
Directrice de la communication
Tél.: +41 (0) 44 777 02 48
karin.kirchner@renault.ch

Maryse Luchtenborg
Attachée de communication
Tél.: +41 (0) 44 777 02 26
maryse.luechtenborg@renault.ch

"Alors que de plus en plus de consommateurs souhaitent une expérience de conduite plus propre, moins chère et plus plaisante", indique l'étude, "ils ignorent souvent ce que proposent les véhicules électriques et hybrides, les avantages qu'ils offrent, les modèles disponibles et les incitations à l'achat qui leur sont associées. Nous devons mieux informer les consommateurs. Ce sont les personnes qui ont déjà eu une expérience de conduite électrique qui sont les plus susceptibles de franchir le pas. "

À propos de l'étude :

- L'étude Ipsos pour le Groupe Renault a été réalisée entre le 12 et le 21 août 2020 en France, Allemagne, Italie, Espagne et au Royaume-Uni sur un échantillon de 5'000 personnes (1'000 par pays) âgées de 18 ans et plus et représentatives des populations locales.
- Les données ont été analysées par la société d'études Ipsos en fonction du sexe, de l'âge et de la région, d'abord globalement pour tous les pays, puis séparément par pays.
- L'étude est téléchargeable sur le site www.media.renault.ch et directement sous ce texte en format PDF.

* * *

À PROPOS DU GROUPE RENAULT

Constructeur automobile depuis 1898, le Groupe Renault est un groupe international présent dans 134 pays qui a vendu près de 3,8 millions de véhicules en 2019. Il réunit aujourd'hui plus de 183'000 collaborateurs, dispose de 36 sites de fabrication et 12'700 points de vente dans le monde. Pour répondre aux grands défis technologiques du futur et poursuivre sa stratégie de croissance rentable, le groupe s'appuie sur son développement à l'international. Il mise sur la complémentarité de ses cinq marques (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine et LADA), le véhicule électrique et son alliance unique avec Nissan et Mitsubishi. Avec sa propre écurie en Formule 1, Renault fait du sport automobile un vecteur d'innovation et de notoriété de la marque.

Présent en Suisse depuis 1927, le Groupe Renault commercialise en Suisse trois marques du Groupe, Renault, Dacia et Alpine. En 2019, plus de 24'500 nouvelles automobiles et véhicules utilitaires légers fabriqués par le Groupe Renault ont été immatriculés en Suisse. Avec plus de 2'000 mises en circulation de ZOE, Kangoo Z.E. et Master Z.E. en 2019, Renault détient plus de 15 % de part de marché dans la catégorie des véhicules 100 % électriques.

Le réseau de distribution des trois marques évolue continuellement et compte désormais 200 partenaires qui proposent les produits et services du groupe dans 228 points de vente.

* * *

Les communiqués de presse et les photos sont consultables et/ou téléchargeables sur le site médias Renault: www.media.renault.ch

Contacts médias

Karin Kirchner
Directrice de la communication
Tél.: +41 (0) 44 777 02 48
karin.kirchner@renault.ch

Maryse Luchtenborg
Attachée de communication
Tél.: +41 (0) 44 777 02 26
maryse.luechtenborg@renault.ch

www.media.renault.ch