

Salon de l'auto : la voiture verte, c'est bien... Pour les autres seulement ?



Alors que le Salon de l'automobile ouvre ses portes ce samedi à Paris, de nouvelles voitures écologiques seront présentées par la plupart des constructeurs. Au-delà des simples effets d'image, ces nouveaux modèles ont-ils réellement un avenir commercial ?

Avec Francis
Demoz

Atlantico : De nombreux véhicules "propres", qu'ils soient hybrides ou tout électriques, seront présentés au Salon de l'automobile. Il y a quelques années, ils existaient sous forme de concept car, mais sont désormais prêts à être mis en ventes. Les voitures propres sont-elles un simple outil de communication pour se donner une bonne image ou existe-t-il un réel marché ?

Francis Demez : Contrairement au dernier Salon automobile qui s'est tenu il y a deux ans où les constructeurs présentaient déjà des véhicules électriques et hybrides, ces voitures dites propres existent désormais en concession. Elles se vendent depuis maintenant un an et les systèmes de partage de voitures électriques - comme Autolib à Paris - se sont développés.

A l'issu de la crise de 2008, les constructeurs se sont renforcés dans le développement des véhicules électriques sous la contrainte environnementale, énergétique mais aussi celle des Etats qui ont mis en place des plans pour favoriser leur essor. **Nous entrons actuellement dans une période d'expérimentation en termes de ventes et d'immatriculations, une phase qui pourrait durer quatre à cinq ans.**

De nombreux experts estiment que le paysage automobile sera composé de six à sept technologies majeures qui se compléteront - électriques, hybrides ou d'autres innovations - d'ici à 2030. **Ce qui est certain, c'est que nous quittons la petro-mobilité pour entrer dans l'électro-mobilité** du fait des nouveaux besoins sociétaux, environnementaux et écologiques.

Cela ne peut que commencer par un marché de niche. Les véhicules existants sont essentiellement conçus pour la ville et trouveront comme premiers clients les collectivités locales mais aussi les entreprises. Pourtant, **il s'agit d'une révolution car le véhicule électrique instaure tout un nouvel éco-système composé de nouveaux acteurs qui redéfinissent le rapport à la mobilité.**

Il faut une dizaine d'année pour renouveler un parc automobile. La voiture propre va t-elle renouveler le paysage d'ici 2025 ?

L'arrivée du véhicule propre ne signe pas la fin de son homologue thermique. D'ailleurs, les évolutions autour de ce dernier continuent de le rendre de plus en plus propre en soit.

Tout dépend aussi de l'échelle à laquelle nous portons l'analyse. La France est approximativement à 600 automobiles pour 1000 habitants. **Un niveau bien supérieur à celui des pays émergents comme la Chine ou l'Inde. C'est pourtant chez ces derniers que l'avenir de l'automobile se joue.** Vont-ils jouer la carte de la voiture propre ? Si tel est le cas, cela pourra accélérer le processus de manière exponentielle.

Selon une étude menée par Specific Media, en partenariat avec Research Now, seuls 15 % des consommateurs se disent prêts à acheter une voiture verte prochainement. Les efforts des constructeurs sont-ils vains ? Les prix élevés sont-ils le principal frein ?

La plupart des études démontrent que **les consommateurs sont prêts à adopter des comportements de consommation écologiques. Mais cette volonté reste encore largement secondaire par rapport à la raison économique.** Les individus sont prêts à acheter des modèles verts s'ils sont économiques et permettent de rouler autant qu'ils le souhaitent, ce qui n'est pas encore le cas puisque les véhicules électriques proposés présentent une certaine limite dans leur autonomie. Il y a encore une résistance au changement.

Nous ne pourrions constater un changement que si nous mettons en place un certain nombre de véhicules électriques à disposition des consommateurs, avec des systèmes de location par exemple, pour qu'ils fassent leur choix. Enfin, un citadin urbain est plus à même de faire le choix de l'électrique alors que cette option est plus difficile pour un individu habitant en région ou dans des zones rurales du fait des faibles autonomies des batteries.

L'éco-mobilité doit être écologique mais également économique pour fonctionner sur le plan commercial.

Quel est le bénéfice pour un constructeur à investir dans ces technologies s'il ne parvient pas à écouler les véhicules produits ?

Le marché n'est encore que balbutiant. Les constructeurs affichent leurs stratégies - le tout électrique pour Renault, l'hybride pour Peugeot - mais tous travaillent sur chacune des technologies dans les laboratoires.

L'objectif est d'être en mesure de sortir le produit qu'il faudra lorsque l'une des technologies prendra le dessus sur les autres.

Bonus écologique, campagnes marketing... Que doivent-faire les constructeurs pour convaincre les acheteurs de passer à l'acte ?

Il y a déjà eu un très grand effort marketing de leur part. Mais **pour convaincre les consommateurs, ces derniers doivent être en mesure de tester et essayer les véhicules électriques.** Les constructeurs bénéficieront des systèmes de partage qui se mettent en place. Renault installe par exemple un système d'auto-partage dans les Yvelines.

Les consommateurs doivent appréhender ces nouveaux modèles avec des systèmes d'expérimentation qui attirent les consommateurs.

L'un des freins à l'achat de modèles verts n'est pas seulement le prix, mais aussi l'autonomie et la peur de rester coincé en rase campagne. L'objectif n'est pas d'aligner l'autonomie des voitures électriques sur celle des modèles thermiques, puisqu'ils vont générer une nouvelle manière de s'approprier la mobilité, mais de trouver une nouvelle façon de fonctionner, voire de conduire.