



JUIN 2019

MOBILITÉ ÉLECTRIQUE DES HABITANTS D'IMMEUBLES, OÙ EN EST-ON ?

Préparé pour Zeplug

Par Ipsos

GAME CHANGERS



Fiche technique



ÉCHANTILLONS

1 000 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, vivant en appartement, dans un immeuble collectif.

Dont :

- 39% de propriétaires
- 61% de non-propriétaires (locataires, hébergé à titre gratuit)



DATES DE TERRAIN

Enquête réalisée du 4 au 17 juin 2019.



MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Ipsos.

Méthode des quotas :

Sexe, âge, profession de l'interviewé, catégorie d'agglomération et région.



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Ce rapport a été relu par *Fédérico Vacas*, Directeur adjoint du département Opinion.



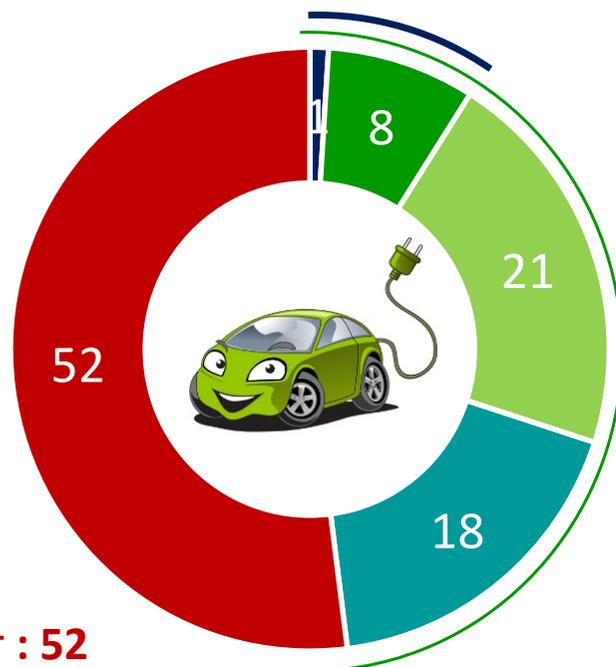
LES PERSONNES RÉSIDANT EN HABITAT COLLECTIF ET LE VÉHICULE ÉLECTRIQUE

GAME CHANGERS



Près d'un Français sur deux résidant en habitat collectif envisage l'achat d'un véhicule électrique ; 9% souhaiteraient en faire l'acquisition dans moins d'un an

Question : Envisagez-vous l'achat d'un véhicule électrique ou hybride rechargeable ?
(Base : A tous, sauf ceux qui possèdent déjà un véhicule électrique)



% ENVISAGE L'ACHAT : 48

% DONT L'ENVISAGE PROCHAINEMENT : 9

- 14% des plus aisés
- 22% de ceux qui ont accès à une borne de recharge à domicile
- 20% de ceux qui ont accès à une borne de recharge au travail
- 14% de ceux qui ont accès à une borne de recharge dans un lieu public à proximité

% N'ENVISAGE PAS L'ACHAT : 52

L'ACHAT EST DÉJÀ EN COURS

OUI, J'ENVISAGE D'EN ACHETER
UN DANS MOINS D'UN AN

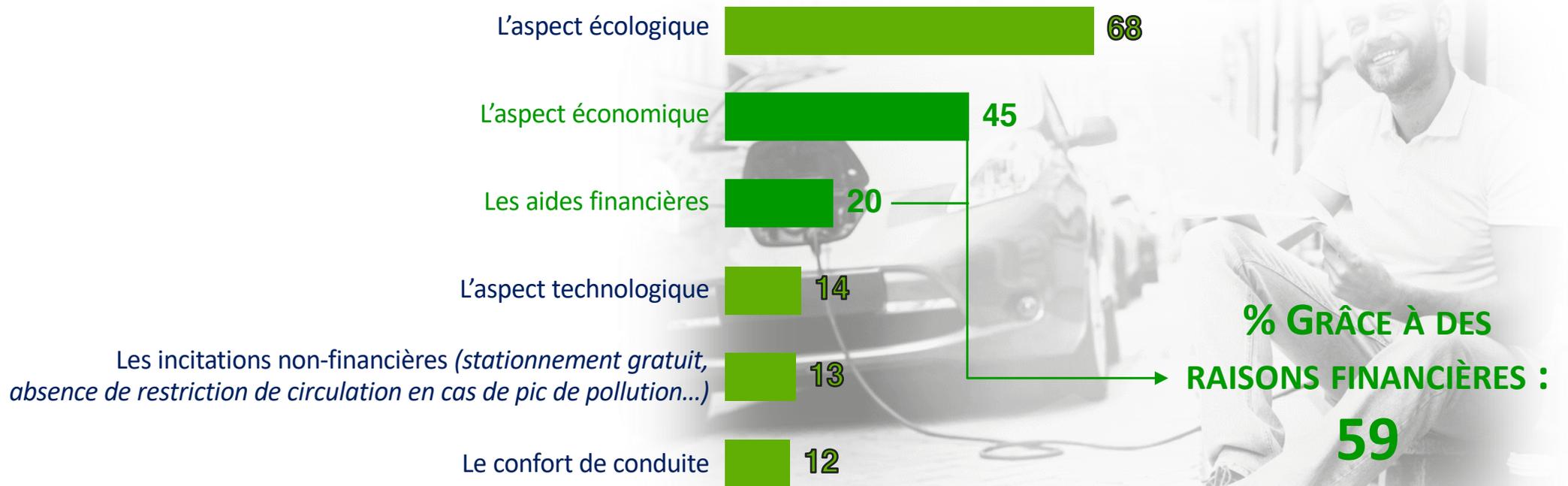
OUI, J'ENVISAGE D'EN ACHETER
UN DANS LES 5 ANS

OUI, J'ENVISAGE D'EN ACHETER
UN MAIS DANS PLUS LONGTEMPS

NON

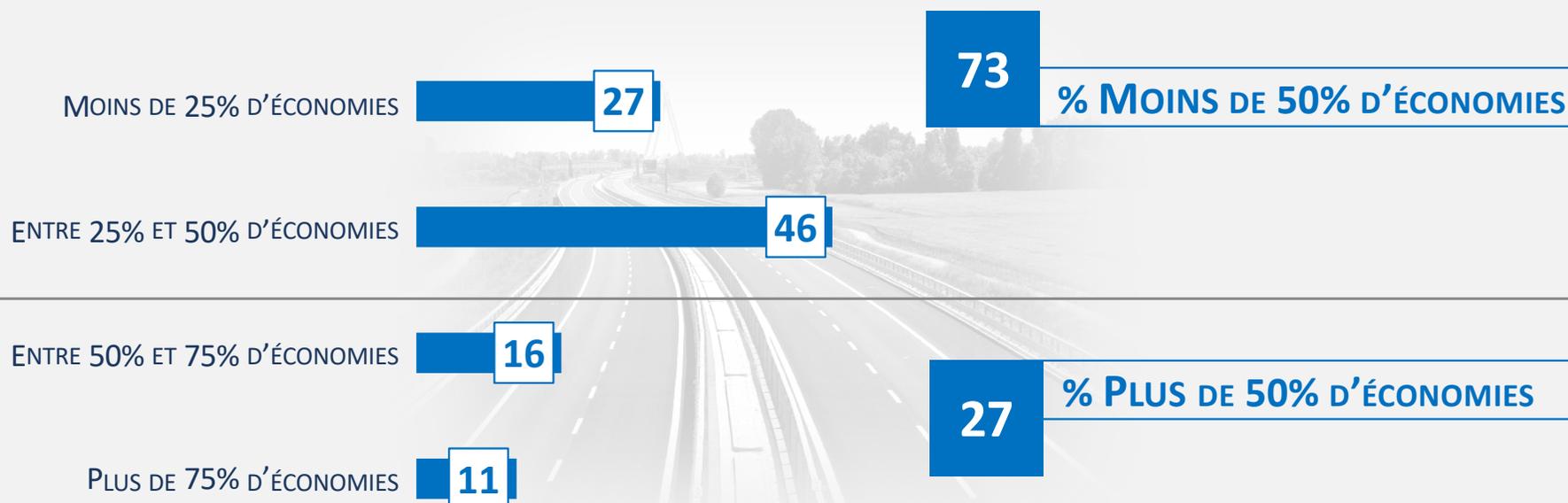
L'aspect écologique est de loin la première motivation pour passer à l'électrique ; les raisons financières viennent ensuite

Question : Qu'est-ce qui vous motive à passer au véhicule électrique ? Total supérieur à 100 car deux réponses possibles
(Base : A ceux qui envisagent l'achat d'un véhicule électrique)



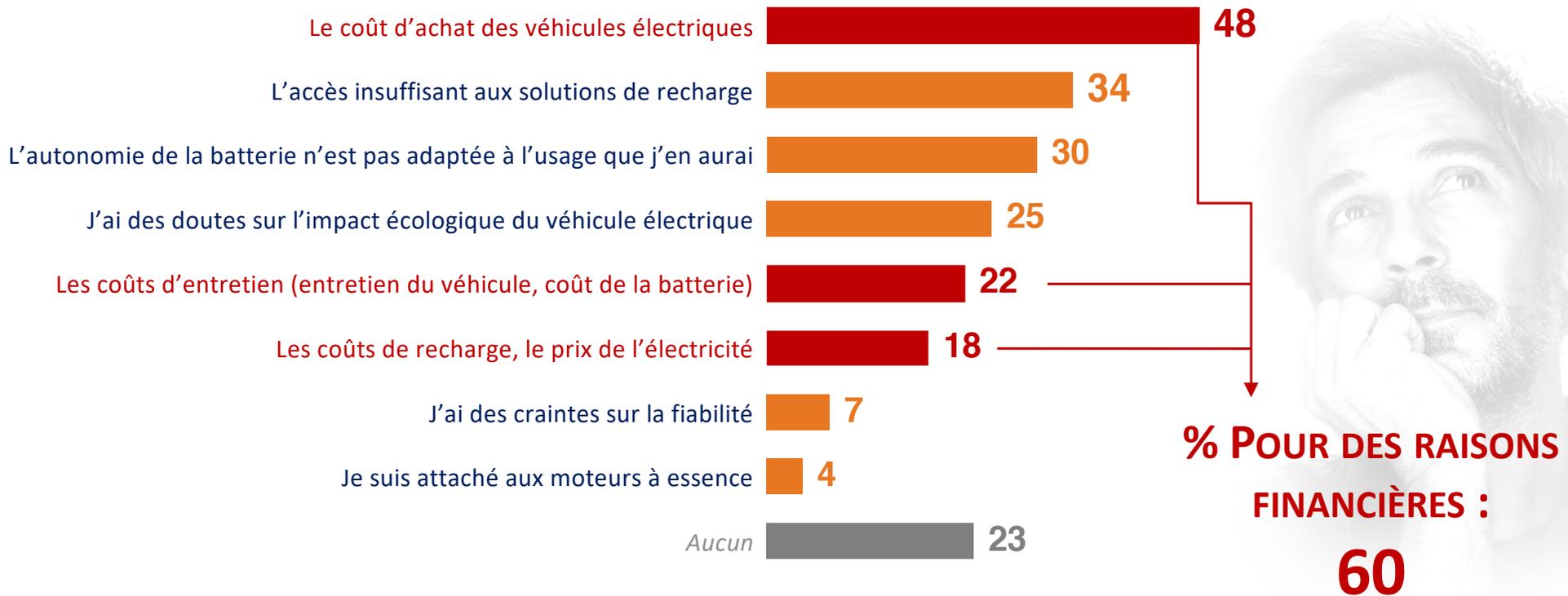
Près d'un répondant sur deux estime que les économies de carburant faites avec un véhicule électrique se situeront entre 25% et 50%

Question : Quelles économies de carburant pensez-vous faire avec un véhicule électrique ?
(Base : Ensemble)



Dans le même temps, le coût à l'achat est de loin le premier frein identifié

Question : Quels sont les principaux freins à l'achat d'un véhicule électrique que vous identifiez ? Total supérieur à 100 car trois réponses possibles
(Base : A ceux qui n'envisagent pas l'achat d'un véhicule électrique)





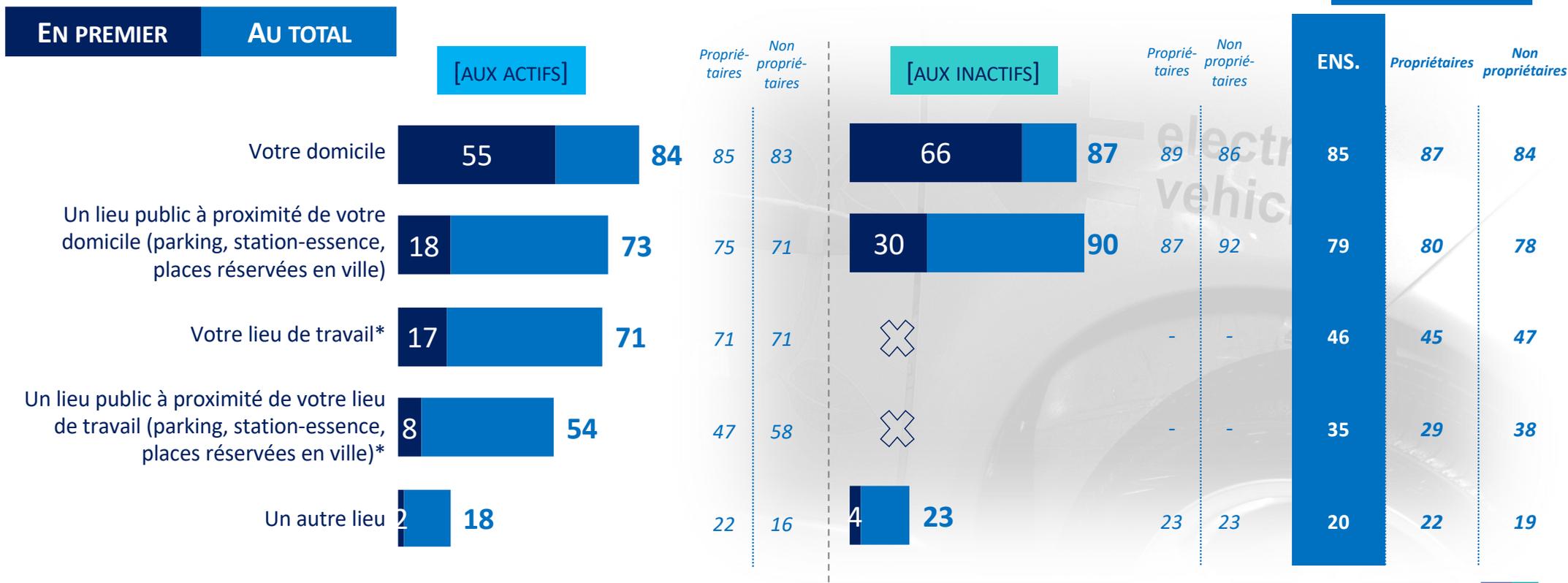
LES PERSONNES RÉSIDANT EN HABITAT COLLECTIF ET LES SOLUTIONS DE RECHARGE DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES

GAME CHANGERS



Le domicile est de loin le lieu préféré pour recharger son véhicule électrique

Question : Parmi les lieux suivants, lesquels auraient votre préférence pour recharger votre véhicule électrique si vous en aviez un (à ceux qui n'en ont pas) / lesquels ont votre préférence pour recharger votre véhicule électrique (à ceux qui en possèdent) ?
En premier ? En deuxième ? [En troisième ? (aux actifs)] (Base : Ensemble)



Or, aujourd'hui, seuls 7% des personnes résidant en immeuble collectif y ont accès au sein de leur copropriété

Question : Actuellement, y a-t-il une ou plusieurs bornes permettant de recharger un véhicule électrique...
(Base : Ensemble)

Dans un lieu public près de chez vous
(sur un parking, dans une station-essence...)



Sur votre lieu de travail
ou à proximité de votre lieu de travail*



A votre domicile



[* posées aux actifs]

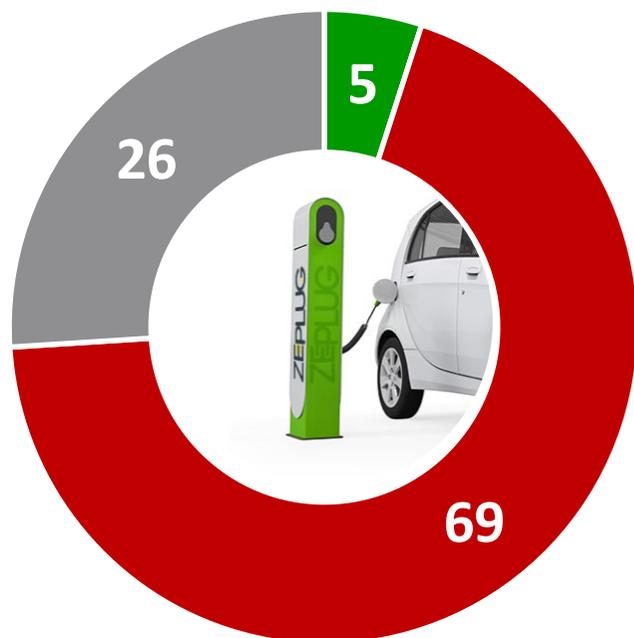
OUI

NON

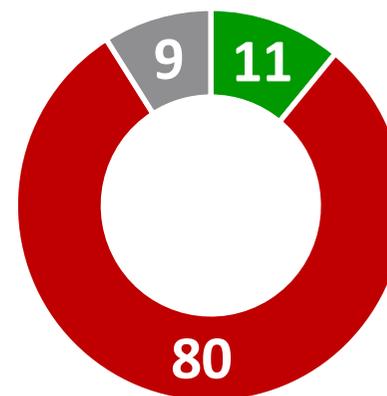
JE NE SAIS PAS

Et seulement 5% d'entre elles en ont entendu parler via leur syndicat de copropriété

Question : Votre syndicat de copropriété a-t-il déjà présenté en assemblée générale des solutions de recharge de véhicules électriques ou envoyé des informations à ce sujet ? (Base : Ensemble)



PERSONNES PROPRIÉTAIRES
DE LEUR LOGEMENT



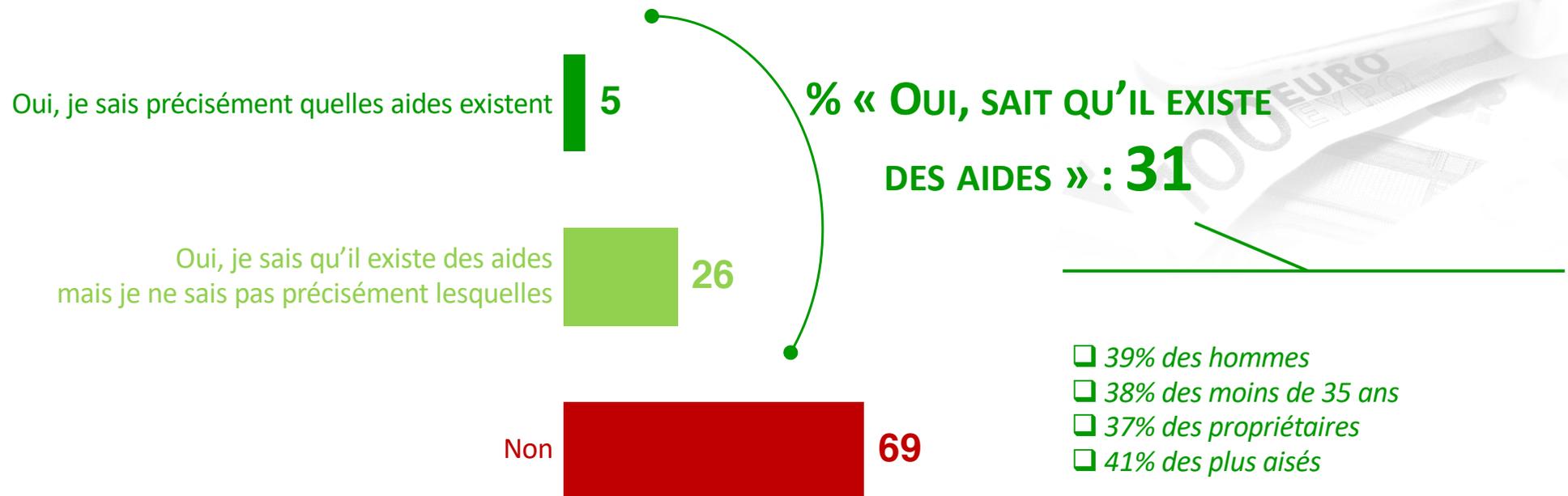
Oui

Non

JE NE SAIS PAS

Un tiers sait qu'il existe des aides financières pour l'installation de bornes de recharge, mais seulement 5% d'entre eux savent précisément lesquelles

Question : Savez-vous qu'il existe des aides financières pour l'installation de bornes de recharge pour véhicules électriques en copropriété ?
(Base : Ensemble)



Une initiative de la copropriété aurait un fort impact sur la réflexion des personnes envisageant l'achat d'un véhicule électrique

Question : Si votre copropriété proposait une solution pour recharger les véhicules électriques...
(Base : Aux personnes qui envisagent l'achat d'un véhicule électrique)

Cela serait un élément décisif dans le choix d'acquérir un véhicule électrique

23

Cela pourrait me faire réfléchir à l'acquisition d'un véhicule électrique

60

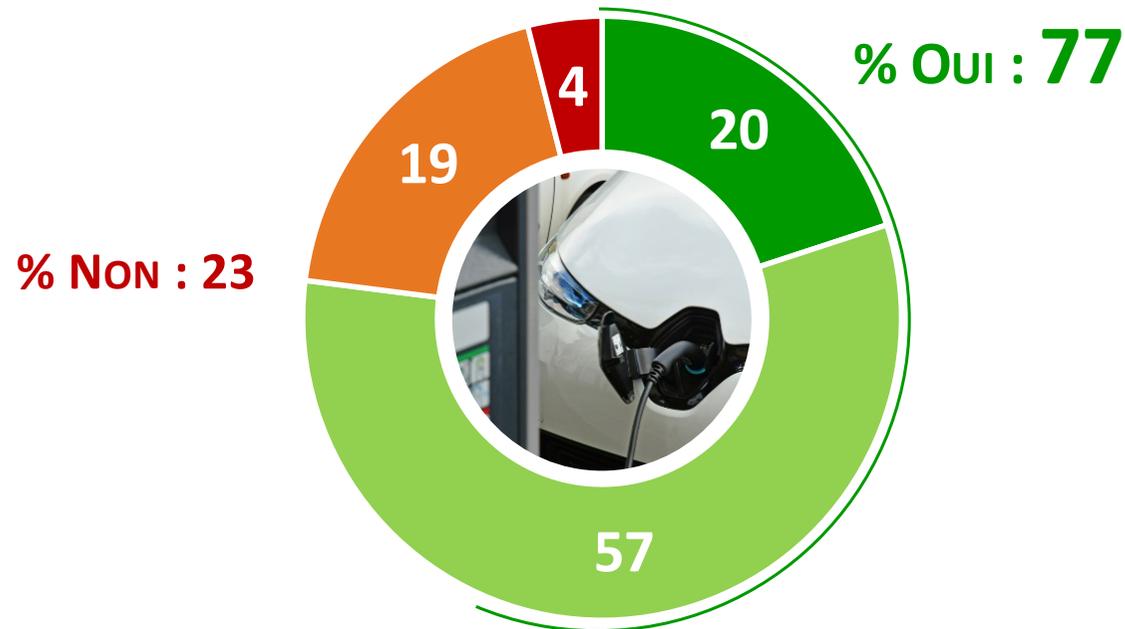
Cela n'aurait pas d'impact

17

77% d'entre elles seraient même prêtes à amorcer les démarches d'installation d'une borne de recharge si un acteur les prenait en charge en totalité

Question : Si quelqu'un prenait en charge la totalité des démarches d'installation d'une ou plusieurs bornes de recharge de véhicules électriques dans votre copropriété (dossier d'assemblée générale, obtention de subventions, installation...), est-ce que cela pourrait vous décider à amorcer ces démarches ?

(Base : Aux personnes qui envisagent l'achat d'un véhicule électrique)



OUI, CERTAINEMENT

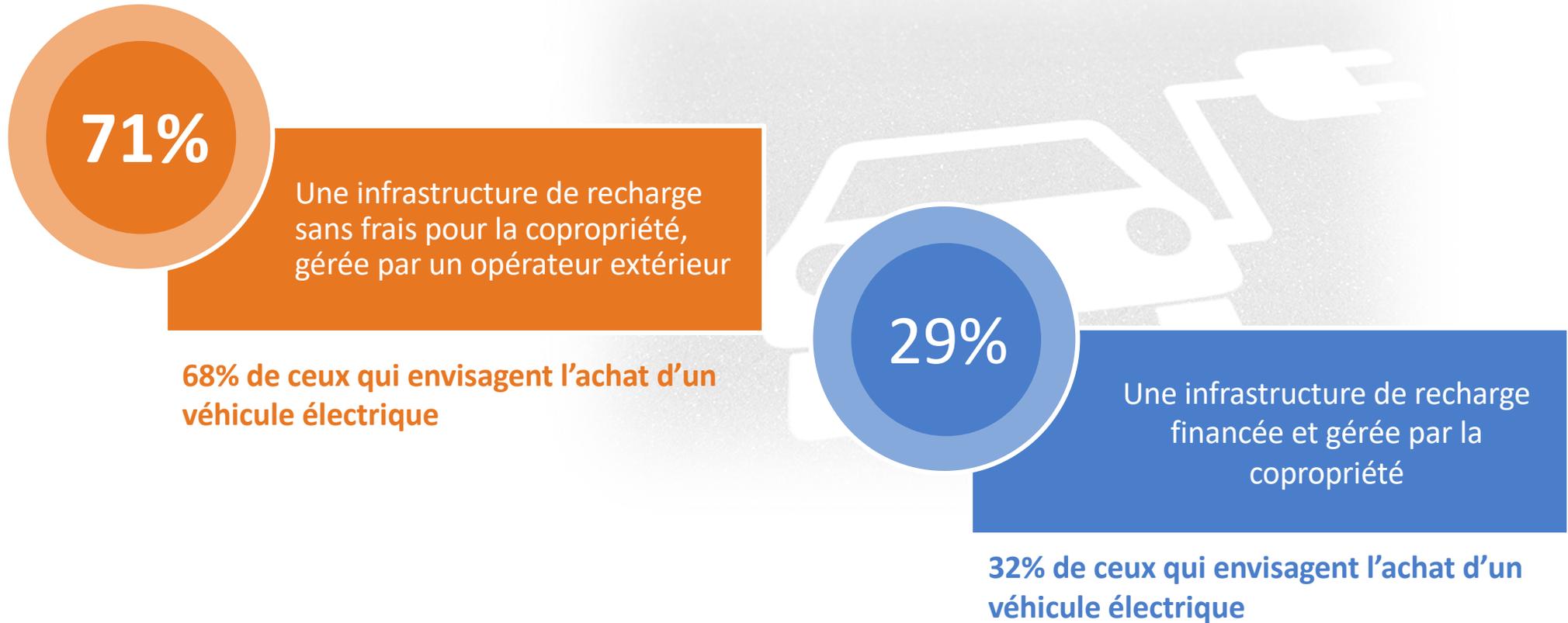
OUI, PROBABLEMENT

NON, PROBABLEMENT PAS

NON, CERTAINEMENT PAS

Tout compte fait, 7 personnes résidant en habitat collectif sur 10 se prononcent en faveur d'une solution de recharge sans frais pour la copropriété, gérée par un opérateur extérieur

Question : Laquelle des deux solutions suivantes préférez-vous ?
(Base : Ensemble)





PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

GAME CHANGERS



Principaux enseignements (1/2)

Près d'un Français résidant en logement collectif sur deux (48%) envisage l'achat d'un véhicule électrique

- 30% pourraient franchir le pas avant 5 ans, et 9% dans l'année à venir. La proportion de ces derniers s'élève à 14% chez les répondants les plus aisés – déclarant un revenu annuel pour leur foyer supérieur à 36 000€.
- Ce qui motive les répondants envisageant l'achat d'un véhicule électrique est clairement **l'aspect écologique de cette démarche** (cité par 68% d'entre eux). Moins prégnant, un avantage financier est aussi identifié : aspect économique du véhicule électrique (45%) et aides à l'achat (20%). 46% des répondants estiment d'ailleurs qu'ils pourraient économiser entre 25% et 50% en dépenses de carburant ; 27% n'espèrent que 0% à 25% d'économies, et 27% attendent plus de 50% d'économies.
- Les répondants qui n'envisagent pas l'achat d'un véhicule électrique identifient comme **frein principal le coût à l'achat** (cité par 48%). Si l'on ajoute les frais d'entretien (cités par 22%) et de recharge/prix de l'électricité (18%), un total de 60% citent un frein financier à l'adoption de l'électrique. Pour autant, l'accès insuffisant aux bornes de recharge (34%) et l'autonomie inadaptée des batteries (30%) contribuent aussi à décourager les réfractaires.

Le domicile est de loin le lieu préféré pour recharger son véhicule électrique

- 84% des répondants actifs choisissent la solution de recharge à domicile – 55% la citant comme option préférée. Mais recharger dans un lieu public à proximité du domicile (73%) voire sur le lieu de travail (71%) sont d'autres pistes recueillant une large adhésion. Parmi les inactifs, 87% aimeraient pouvoir recharger leur véhicule électrique à domicile (66% en faisant leur premier choix), et 90% (dont 30% de premiers choix) sur un lieu public à proximité de chez eux.
- En l'état actuel des choses, **seuls 7% des répondants disposent d'une borne au sein de leur copropriété**. 34% ont accès à une borne dans un lieu public près de leur domicile ; et 21% des actifs, sur leur lieu de travail ou à proximité. Les répondants ne sont par ailleurs que 5% à déclarer que leur syndicat de copropriété a déjà envoyé des informations au sujet d'une possible installation de borne(s) de recharge – proportion qui s'élève à 11% chez les personnes propriétaires de leur logement, peut-être mieux informées (les personnes qui ne pas propriétaires sont 37% à répondre « Je ne sais pas », contre 26% de l'ensemble).

Principaux enseignements (2/2)

- Les propriétaires sont également mieux renseignés concernant les aides financières pour l'installation de bornes de recharge pour véhicules électriques en copropriété : 37% d'entre eux en ont entendu parler, contre 31% de l'ensemble – **5% seulement des répondants déclarant savoir « précisément quelles aides existent »**. 69% ne le savent pas du tout.

L'installation d'une borne de recharge dans leur copropriété aurait un impact sur leur décision d'achat pour 83% des personnes envisageant l'acquisition d'un véhicule électrique

- L'installation d'une solution de recharge sur leur lieu de résidence serait un **élément décisif dans le choix d'acquérir un véhicule électrique** pour 23% des personnes envisageant déjà l'achat d'un véhicule électrique. 60% d'entre elles, pour leur part, ont le sentiment que l'installation d'une solution de recharge sur leur lieu de résidence pourrait les inciter à envisager l'acquisition d'un véhicule électrique. La prise en charge des démarches d'installation par un acteur externe aurait un pouvoir encore plus grand puisqu'elle amènerait 77% des enquêtés intéressés par l'achat d'un véhicule électrique à amorcer ces démarches (dont 20% les amorceraient « certainement »). Cette solution est d'ailleurs nettement préférée par les personnes résidant en habitat collectif (qui la choisissent à 71%) à une infrastructure de recharge financée et gérée par la copropriété (29%).



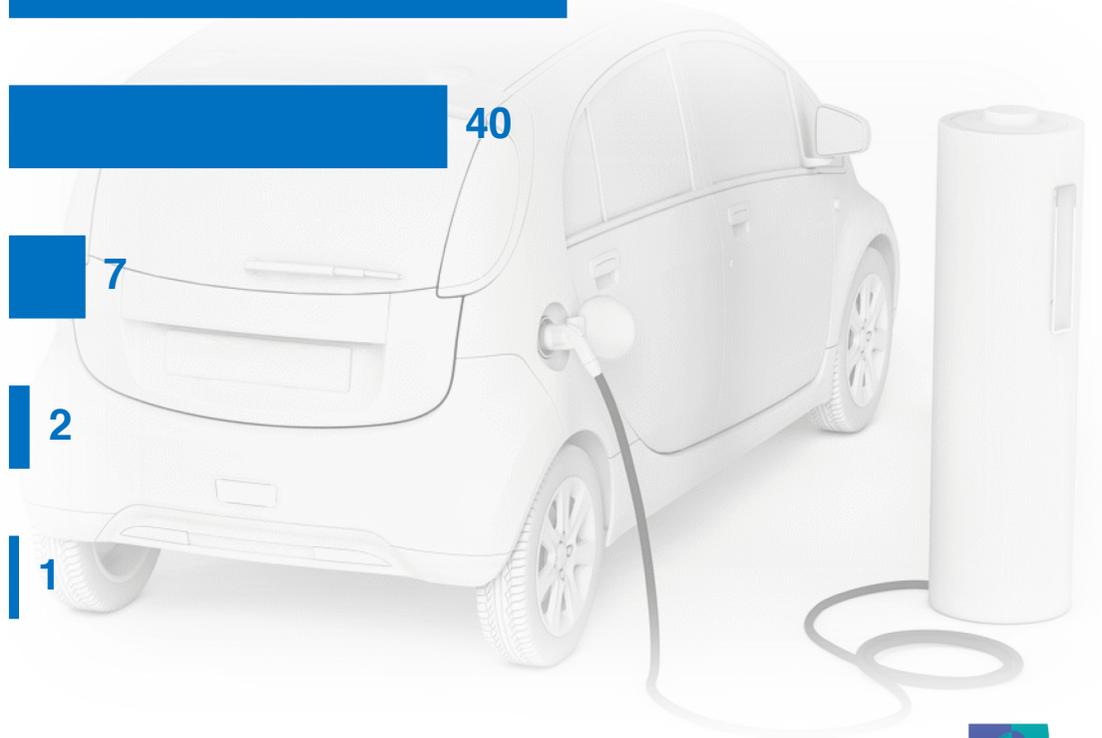
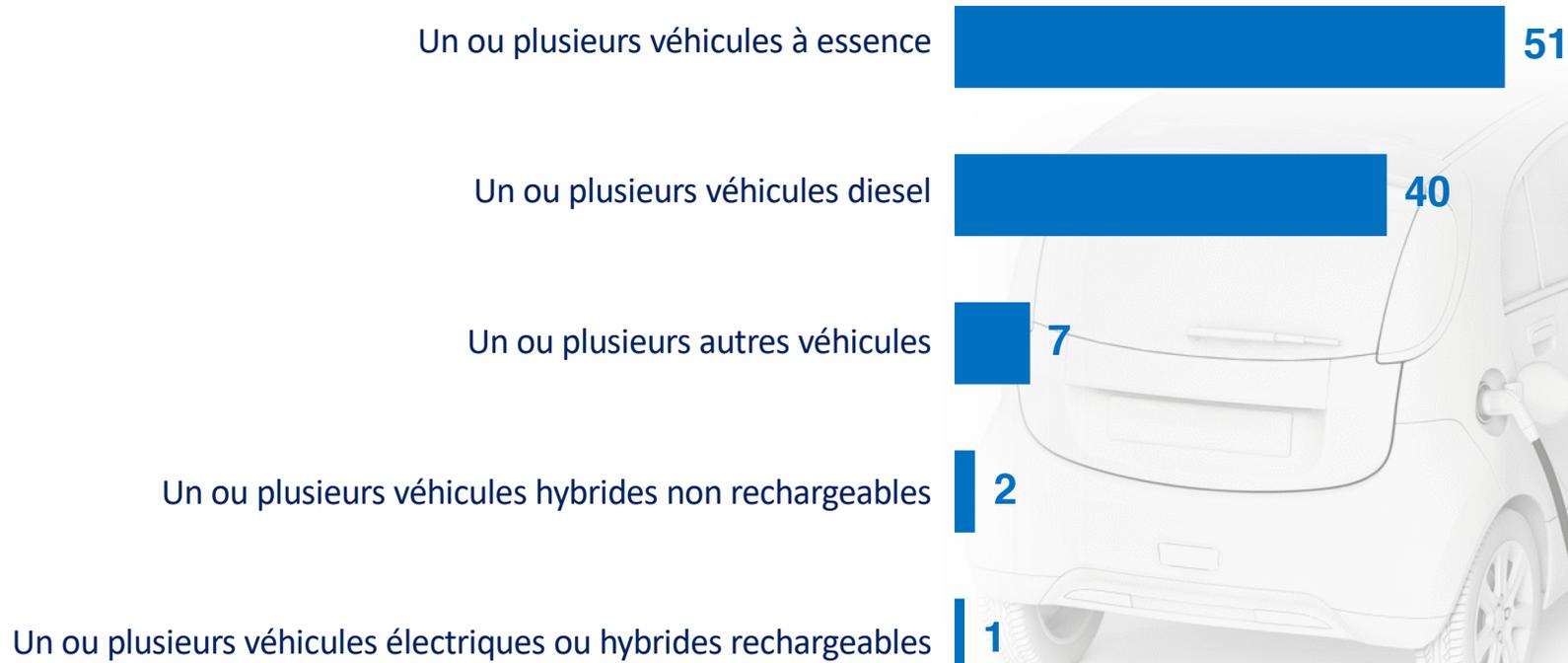
ANNEXES

GAME CHANGERS



Les types de véhicules possédés

Question : Au sein de votre foyer, possédez-vous... Total > 100, plusieurs réponses possibles.
(Base : Ensemble)





NOS ENGAGEMENTS :

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

☑ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

☑ Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

☑ Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

• A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

☑ Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : version 2012 par AFNOR Certification**

- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.



- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online



La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases des études.

☑ EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

☑ LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou

contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

☑ EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

© 2016 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

FIND US



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

