

# CONSULTATION AUPRÈS DES UTILISATEURS DE VEHICULES ÉLECTRIQUES

FEVRIER 2024

## VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

**Federico Vacas**  
federico.vacas@ipsos.com

**Laurène Boisson**  
laurene.boisson@ipsos.com

**Alexandre Leray**  
alexandre.leray@ipsos.com



# SOMMAIRE

MÉTHODOLOGIE	P.03
PARTIE 1 – Profil des propriétaires de véhicules électriques interrogés	P.04
PARTIE 2 – Caractéristiques du véhicule électrique	P.06
PARTIE 3 – Type d'utilisation du véhicule électrique	P.14
PARTIE 4 – Raisons d'achat et traits d'image du véhicule électrique	P.17
PARTIE 5 – La recharge	P.22
ANNEXES	P.38

# FICHE TECHNIQUE



## ÉCHANTILLON

1033 personnes issues d'un fichier de propriétaires de véhicules électriques.



## METHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet.



## DATES DE TERRAIN

Du 16 novembre 2023 au 21 janvier 2024.

Enquête réalisée pour



# Avere

FRANCE

### Notes de lecture :

Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%)  
Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*) il est présenté sur fond vert.  
Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*), il est présenté sur un fond rouge. [\*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».

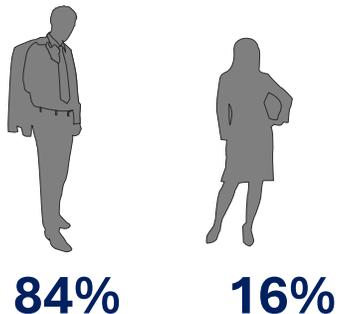
Ce rapport a été relu par Federico Vacas, Directeur adjoint du département Opinion d'Ipsos Public Affairs d'Ipsos en France.

# PARTIE 1

# PROFIL DES PROPRIÉTAIRES DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES INTERROGÉS

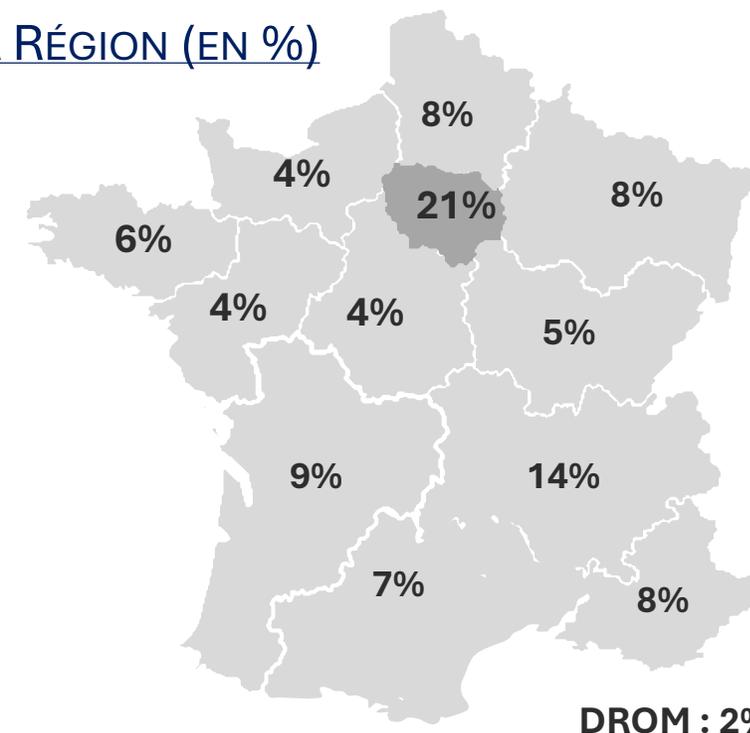
# PROFIL DE L'ÉCHANTILLON INTERROGÉ

## SELON LA RÉGION (EN %)



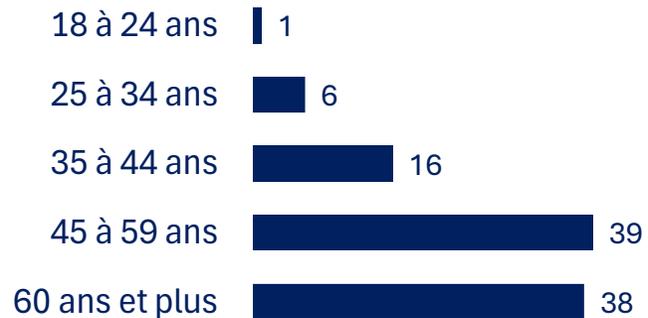
## SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (EN %)

*DONT PROFESSIONS INTELLECTUELLES ET SCIENTIFIQUES : 29*



## SELON L'ÂGE

(EN %)



## SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION (EN %)



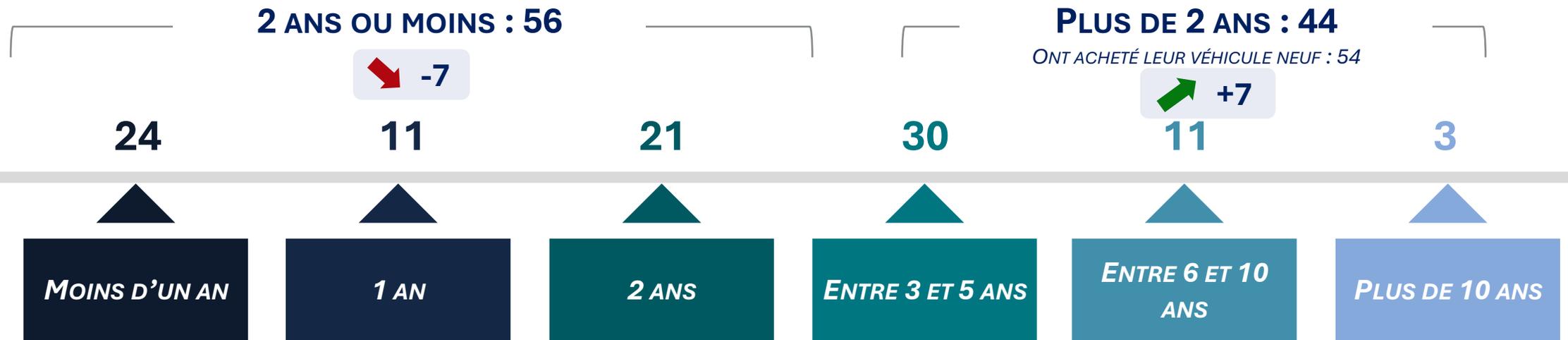
# **PARTIE 2**

# **CARACTÉRISTIQUES DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE**

# LE PARC AUTOMOBILE DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES EST PLUTÔT RÉCENT

Question : « Depuis quand utilisez-vous une voiture électrique ? »

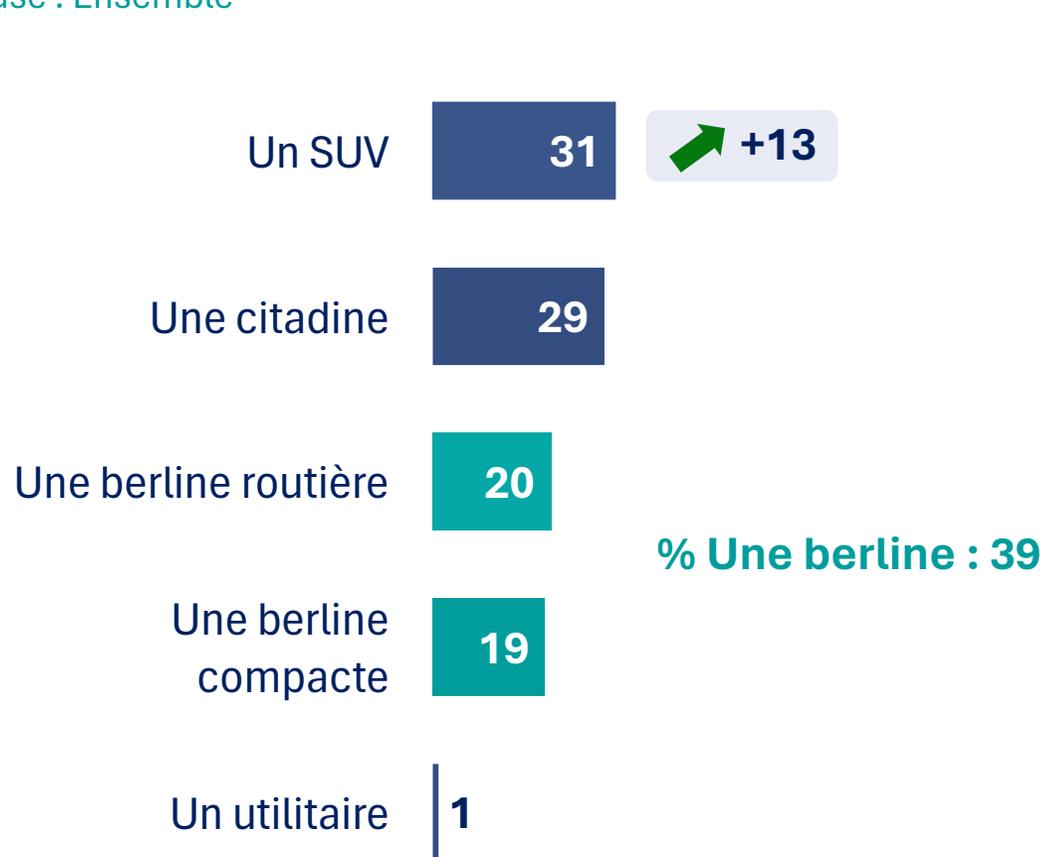
Base : Ensemble



# LA BERLINE ET LE SUV SONT LES DEUX TYPES DE MODÈLES PRIVILÉGIÉS

Question : « Quel est le type de modèle de voiture électrique que vous utilisez ? / Quelle est la marque de votre véhicule électrique ? »  
(si vous avez plusieurs voitures électriques, pensez à la dernière que vous avez acquise)

Base : Ensemble

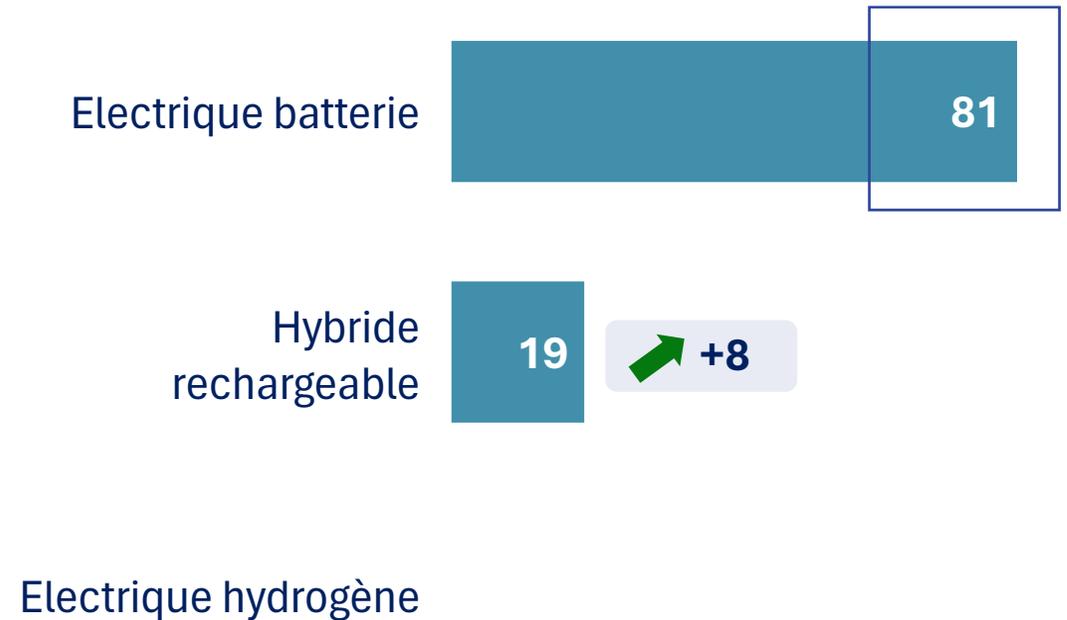


# POUR UNE MAJORITÉ RELATIVE DES SONDÉS, LE VÉHICULE QU'ILS UTILISENT EST NEUF – LE PLUS SOUVENT IL S'AGIT D'UNE ÉLECTRIQUE BATTERIE

Question : « S'agit-il d'un véhicule... ? / Et plus précisément, ce véhicule est une voiture : »

(si vous avez plusieurs voitures électriques, pensez à la dernière que vous avez acquise)

Base : Ensemble



# LA MOITIÉ DES RÉPONDANTS NE ROULE QU'EN ÉLECTRIQUE ; LORSQU'ILS ONT UN VÉHICULE THERMIQUE IL NE S'AGIT PAS POUR AUTANT DE LEUR VÉHICULE PRINCIPAL

Question : « Votre voiture électrique est-elle votre unique véhicule ? »

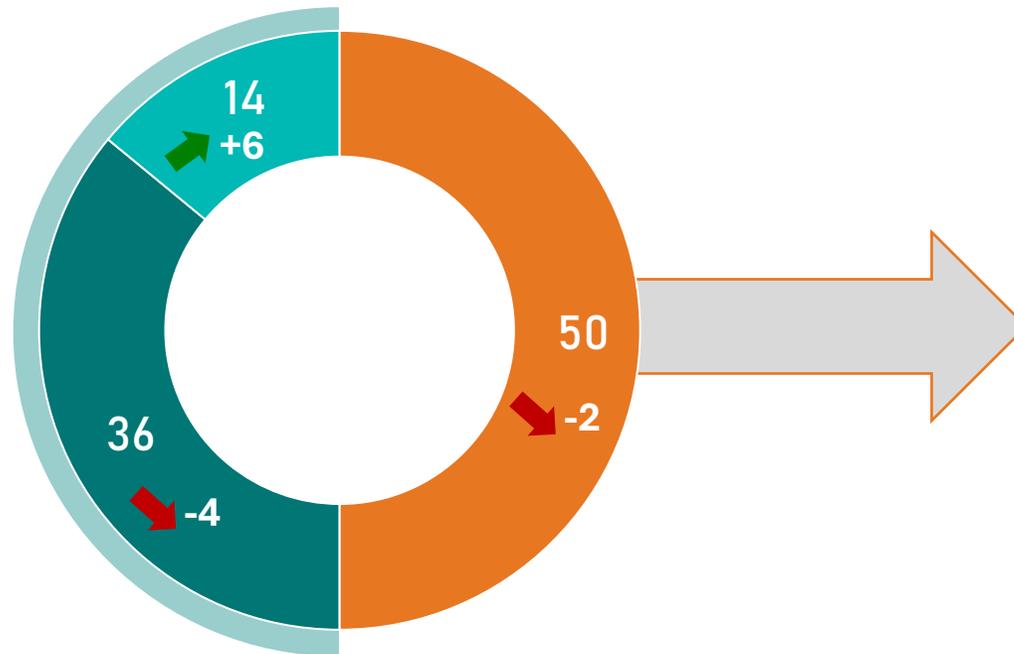
Base : Ensemble

Question : « Diriez-vous que votre véhicule électrique est... »

Base : A ceux qui ont également un véhicule thermique, n=522

% NE ROULE QU'EN ÉLECTRIQUE  
**50**

*Ont une berline : 57  
60 ans et plus : 56  
Vivent dans une grande ou une moyenne ville : 56*



... VOTRE VÉHICULE PRINCIPAL



... VOTRE VÉHICULE SECONDAIRE



OUI

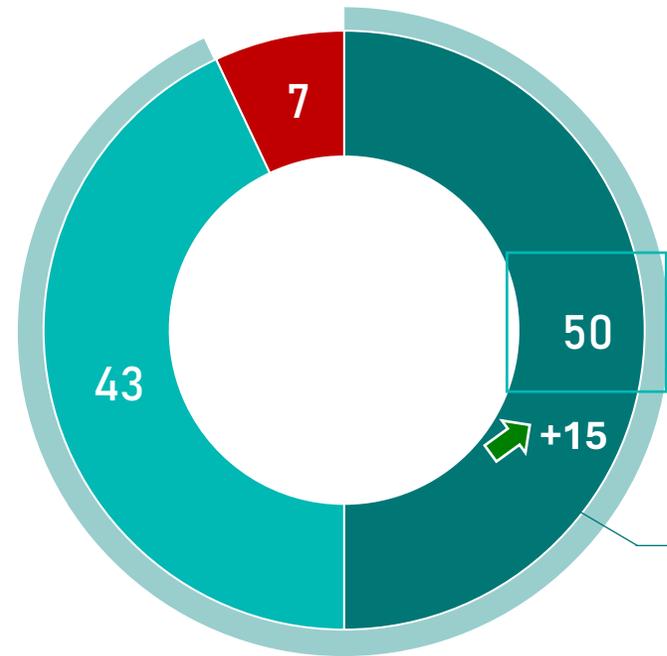
NON, J'AI PLUS D'UNE VOITURE ÉLECTRIQUE

NON, J'AI ÉGALEMENT UNE VOITURE THERMIQUE

# EN EFFET, LE VÉHICULE ÉLECTRIQUE DES SONDÉS REMPLIT COMPLÈTEMENT OU LA MAJEURE PARTIE DU TEMPS LES USAGES D'UN MODÈLE THERMIQUE

Question : « Dans quelle mesure considérez-vous que votre véhicule électrique remplit les usages d'un modèle thermique équivalent ? »

Base : Ensemble



% IL LES REMPLIT  
COMPLÈTEMENT OU LA  
MAJEURE PARTIE DU TEMPS  
**93**

*Ont une berline : 61*

*Ont un SUV : 60*

*Ont un véhicule neuf : 60*

*Ont un véhicule en location longue durée : 43*

*Ont un véhicule d'occasion : 39*

*Ont une citadine : 26*

IL LES REMPLIT COMPLÈTEMENT

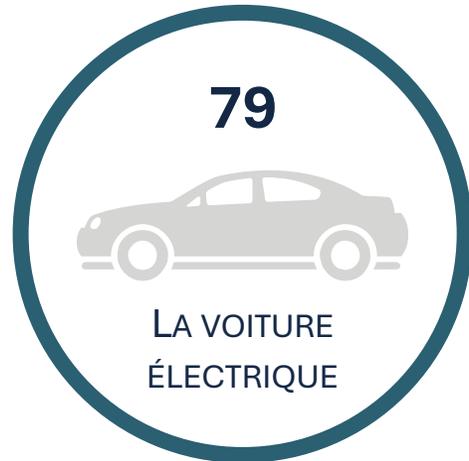
IL LES REMPLIT LA MAJEURE PARTIE DU TEMPS,  
SAUF POUR QUELQUES TRAJETS SPÉCIFIQUES

IL NE LES REMPLIT PAS VRAIMENT, IL S'AGIT D'UNE  
VOITURE D'APPOINT UNIQUEMENT

# LA VOITURE ÉLECTRIQUE EST LE MOYEN DE TRANSPORT PLÉBISCITÉ PAR LES RÉPONDANTS DE CETTE ENQUÊTE

Question : « Quels moyens de transport utilisez-vous le plus au quotidien ? »

Base : Ensemble



# LE PLUS SOUVENT, LES PERSONNES INTERROGÉES EFFECTUENT 100 KMS OU MOINS PAR JOUR ; DES DISTANCES QUI VARIENT SELON LE TYPE DE COMMUNE

Question : « En moyenne, combien de kilomètres effectuez-vous chaque jour ? »

Base : Ensemble



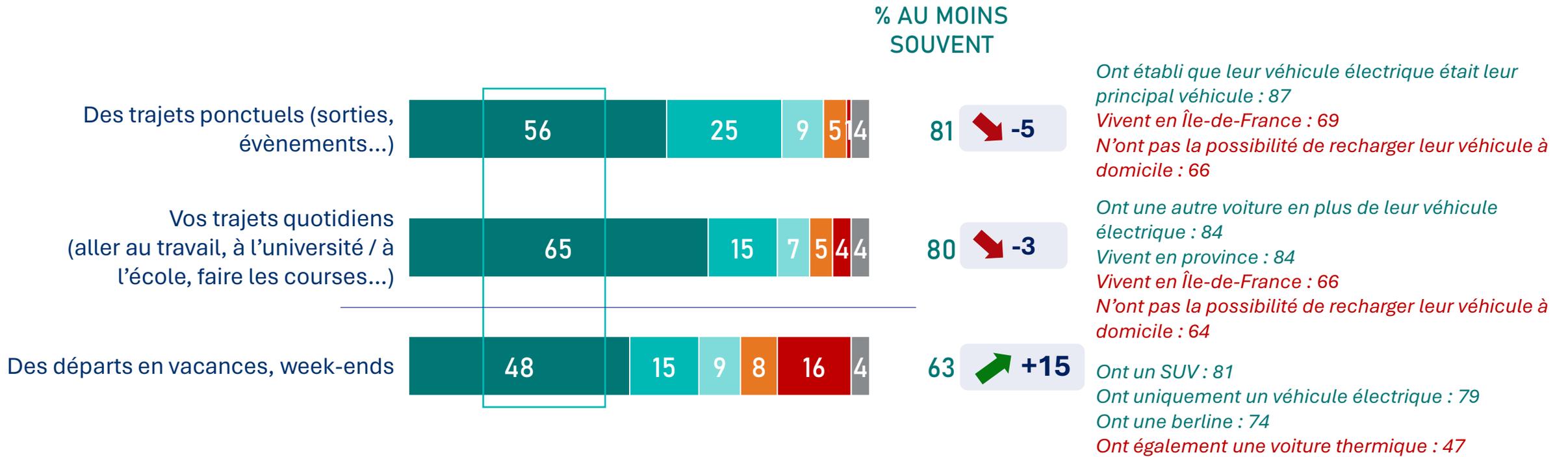
# **PARTIE 3**

# **TYPE D'UTILISATION DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE**

# LA MOITIÉ DES SONDÉS INDIQUE UTILISER SYSTÉMATIQUEMENT LEUR VÉHICULE ÉLECTRIQUE QUE CE SOIT POUR DES TRAJETS PONCTUELS, DES VACANCES, OU AU QUOTIDIEN...

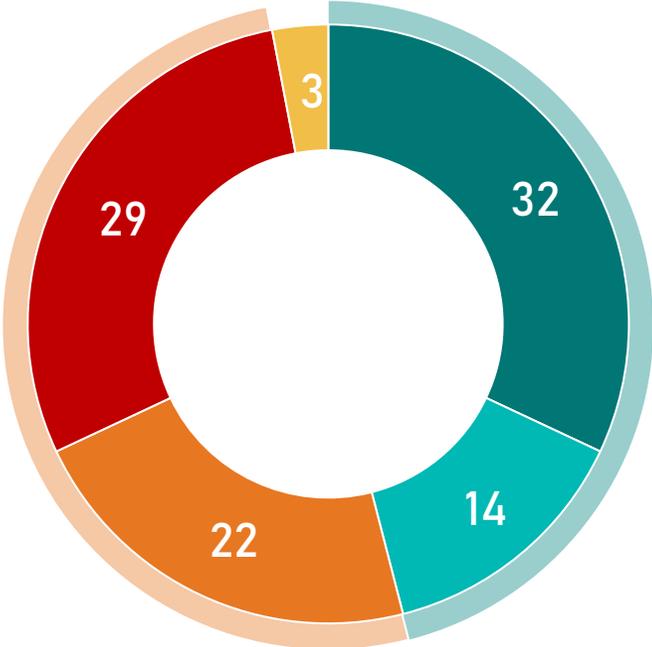
Question : « Pour chacun des trajets suivants, utilisez-vous votre véhicule électrique ? »

Base : Ensemble



# AUPRÈS DES PERSONNES AYANT ÉGALEMENT UN VÉHICULE THERMIQUE, LE CHOIX DU THERMIQUE PLUTÔT QUE DE L'ÉLECTRIQUE DIVISE LORSQU'IL EST QUESTION DE LONGS TRAJETS

Question : « Lorsque vous partez en vacances ou en weekends, quel véhicule utilisez-vous ? »  
 Base : A ceux qui ont également un véhicule thermique (n=522)



% SYSTÉMATIQUEMENT/  
PLUTÔT ÉLECTRIQUE

46 +13

*Ont une voiture hybride rechargeable : 71*  
*Ont établi que leur véhicule électrique était leur principal véhicule : 61*

% SYSTÉMATIQUEMENT/  
PLUTÔT THERMIQUE

51 -12

*Ont établi que leur voiture thermique était leur principal véhicule : 94*  
*Ont un véhicule électrique en location longue durée : 62*



# **PARTIE 4**

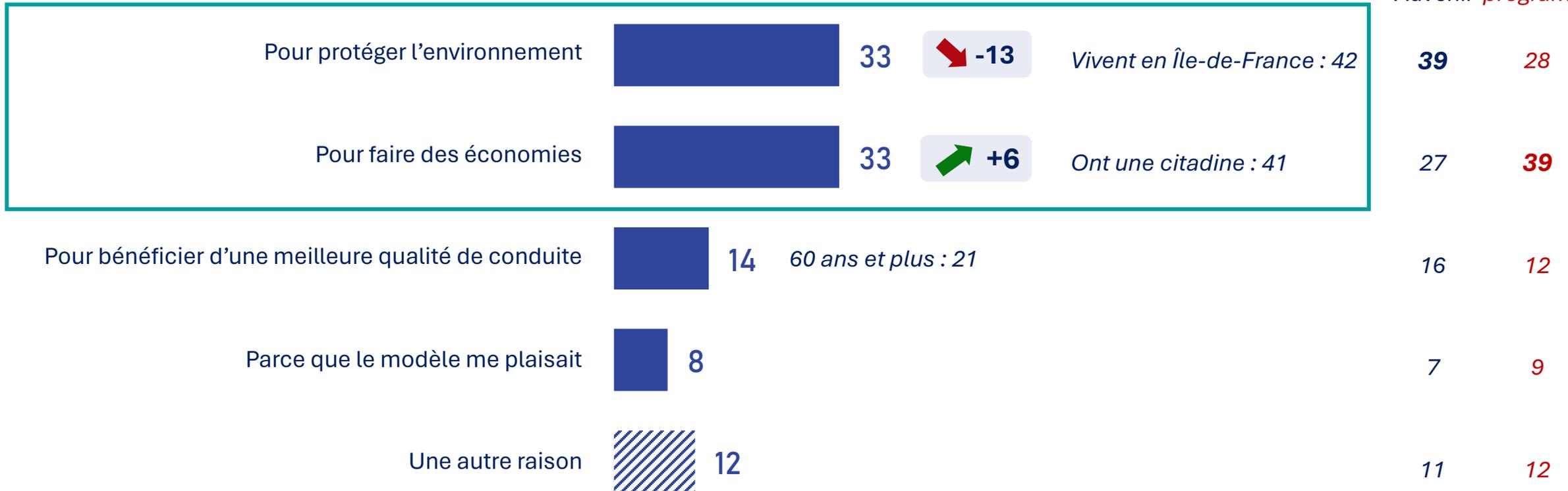
# **RAISONS D'ACHAT ET TRAITS D'IMAGE DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE**

# LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ET LE SOUHAIT DE RÉALISER DES ÉCONOMIES : LES DEUX RAISONS AVANCÉES POUR JUSTIFIER L'ACHAT D'UN VÉHICULE ÉLECTRIQUE

Question : « Quelle est la principale raison qui vous a poussé à acheter un véhicule électrique ? »

Base : Ensemble

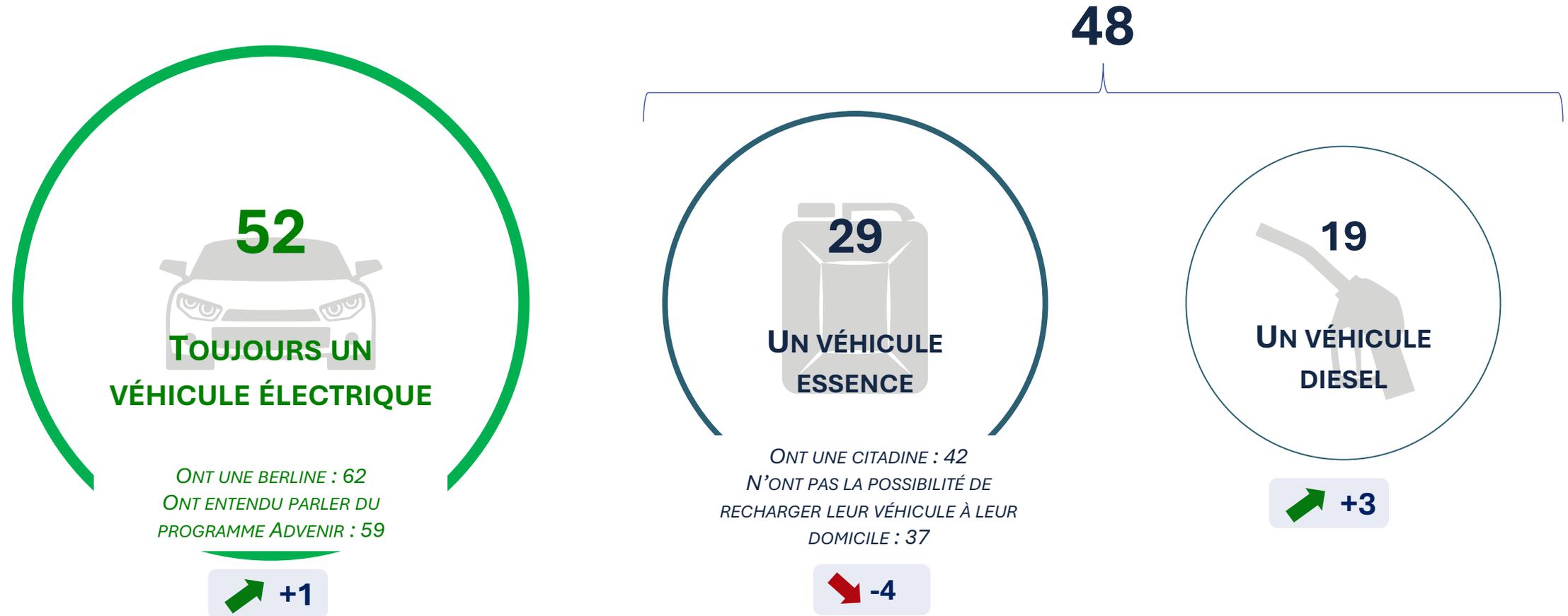
Ont entendu parler du programme Advenir *N'ont pas entendu parler du programme*



# SANS AIDE À L'ACHAT, PRÈS DE LA MOITIÉ DES UTILISATEURS DE VÉHICULE ÉLECTRIQUE SE SERAIT TOURNÉE VERS UN VÉHICULE THERMIQUE

Question : « S'il n'y avait pas eu d'aide à l'achat (bonus écologique, prime à la conversion), quelle voiture auriez-vous achetée ? »

Base : Ensemble



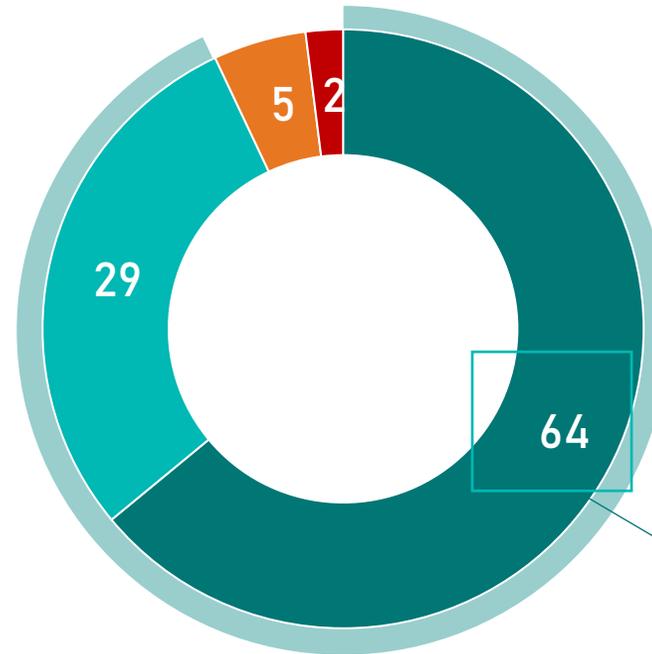
# LA QUASI-TOTALITÉ DES RÉPONDANTS SONT SATISFAITS DE LEUR VÉHICULE ÉLECTRIQUE ; DEUX TIERS EN SONT MÊME « TRÈS » SATISFAITS

Question : « D'une façon générale, concernant votre véhicule électrique, vous êtes... »

Base : Ensemble

**% PAS SATISFAIT**  
**7**

**% SATISFAIT**  
**93**



*Ont leur véhicule électrique depuis plus de deux ans : 74*  
*Ont acheté un véhicule neuf : 74*  
*Ont une citadine : 57*  
*Ont leur véhicule électrique depuis moins d'un an : 52*

TOUT À FAIT SATISFAIT

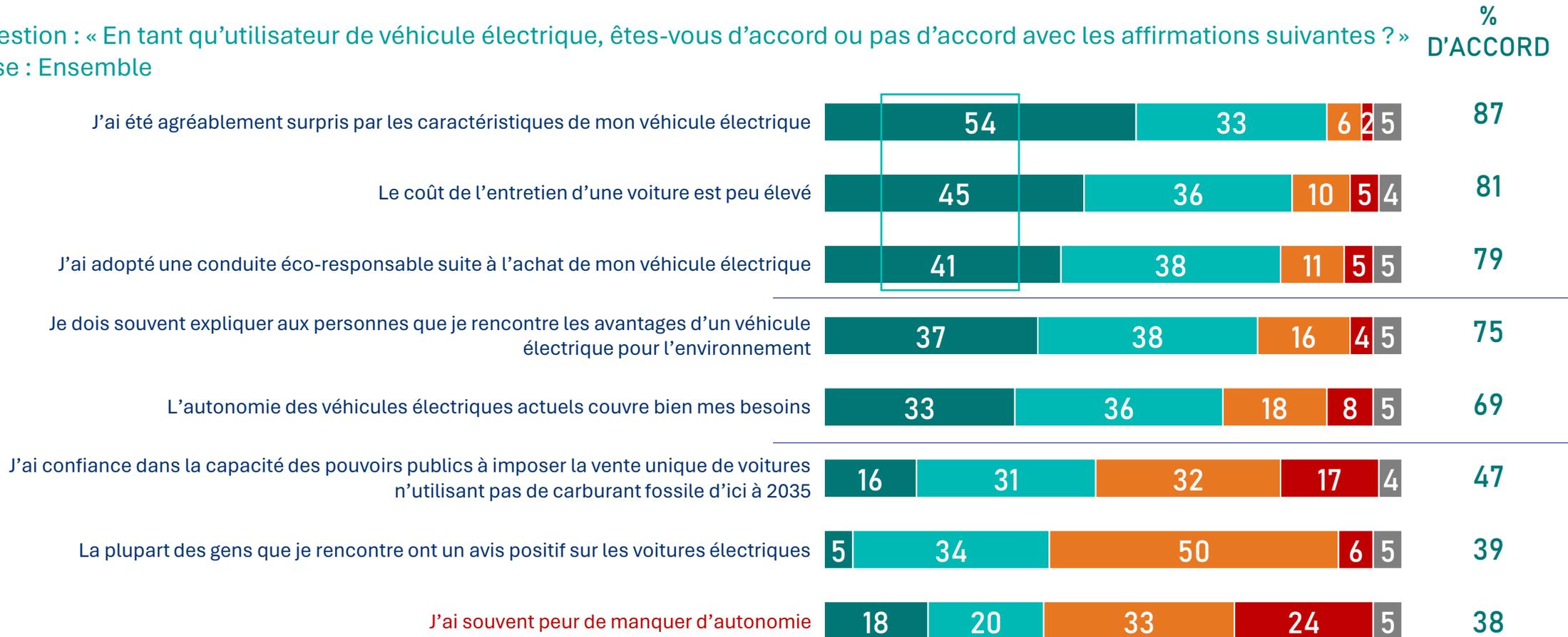
PLUTÔT SATISFAIT

PLUTÔT PAS SATISFAIT

PAS DU TOUT SATISFAIT

# OPINIONS AU SUJET DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE

Question : « En tant qu'utilisateur de véhicule électrique, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ? »  
 Base : Ensemble



TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

PAS DU TOUT D'ACCORD

NSP

# PARTIE 5

# LA RECHARGE

# LES RÉPONDANTS RECHARGENT EN MOYENNE LEUR VÉHICULE UN PEU MOINS DE 3 FOIS PAR SEMAINE... ET BIEN ÉVIDEMMENT PLUS S'ILS ROULENT DAVANTAGE

Question : « En moyenne, chaque semaine, vous diriez que vous rechargez votre véhicule... »

Base : Ensemble



**EN MOYENNE**

**2,8 FOIS PAR SEMAINE**

*Font plus de 100kms par jour : 4,5*

*Ont un véhicule hybride rechargeable : 4,1*

*Font 31 à 100 kms par jour : 3,2*

*Vivent en Île-de-France : 2,2*

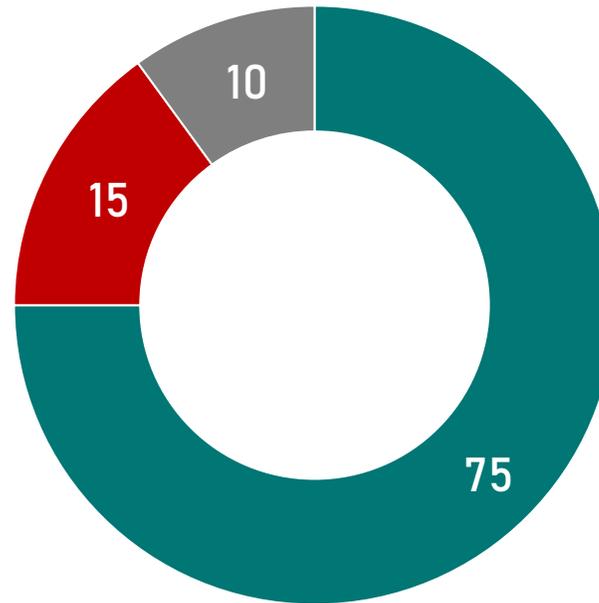
*N'ont pas la possibilité de recharger leur véhicule à domicile : 2,2*

*Font 30 kms ou moins par jour : 1,9*

# TROIS QUARTS DES SONDÉS DÉCLARENT CONNAÎTRE LA PUISSANCE DE CHARGE MAXIMALE ACCEPTÉE PAR LEUR VÉHICULE

Question : « Connaissez-vous la puissance de charge maximale acceptée par votre véhicule ? »

Base : Ensemble



*Ont une berline : 85*

*Ont un véhicule électrique batterie : 80*

*Ont un véhicule hybride rechargeable : 58*

OUI

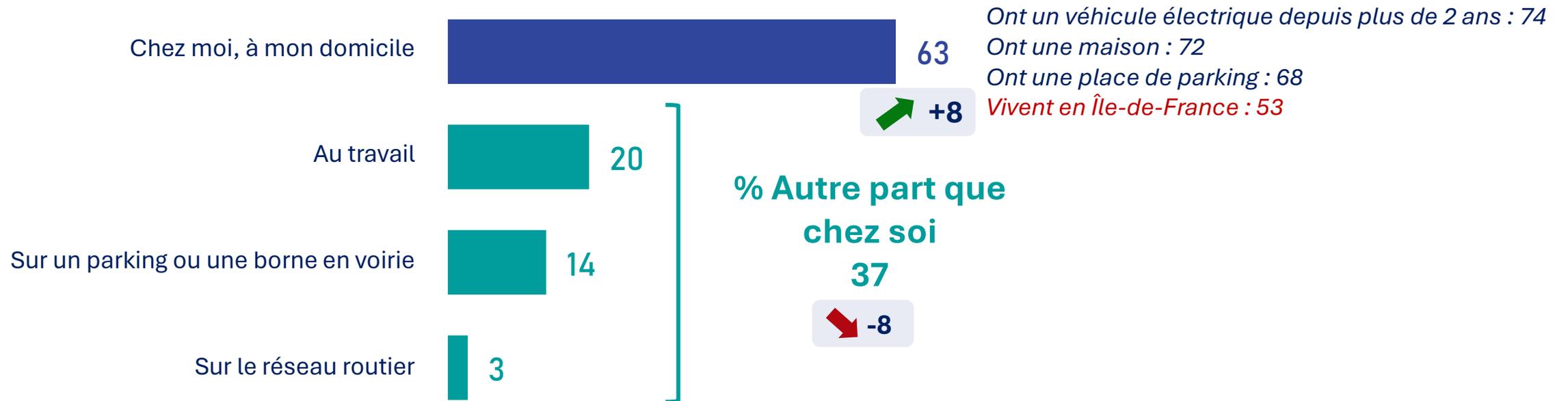
NON

JE NE SUIS PAS SÛR(E)

# LE DOMICILE EST LE LIEU PRIVILÉGIÉ POUR LA RECHARGE DU VÉHICULE, NOTAMMENT AUPRÈS DES « ANCIENS » UTILISATEURS

Question : « Où rechargez-vous le plus souvent votre véhicule ? »

Base : Ensemble

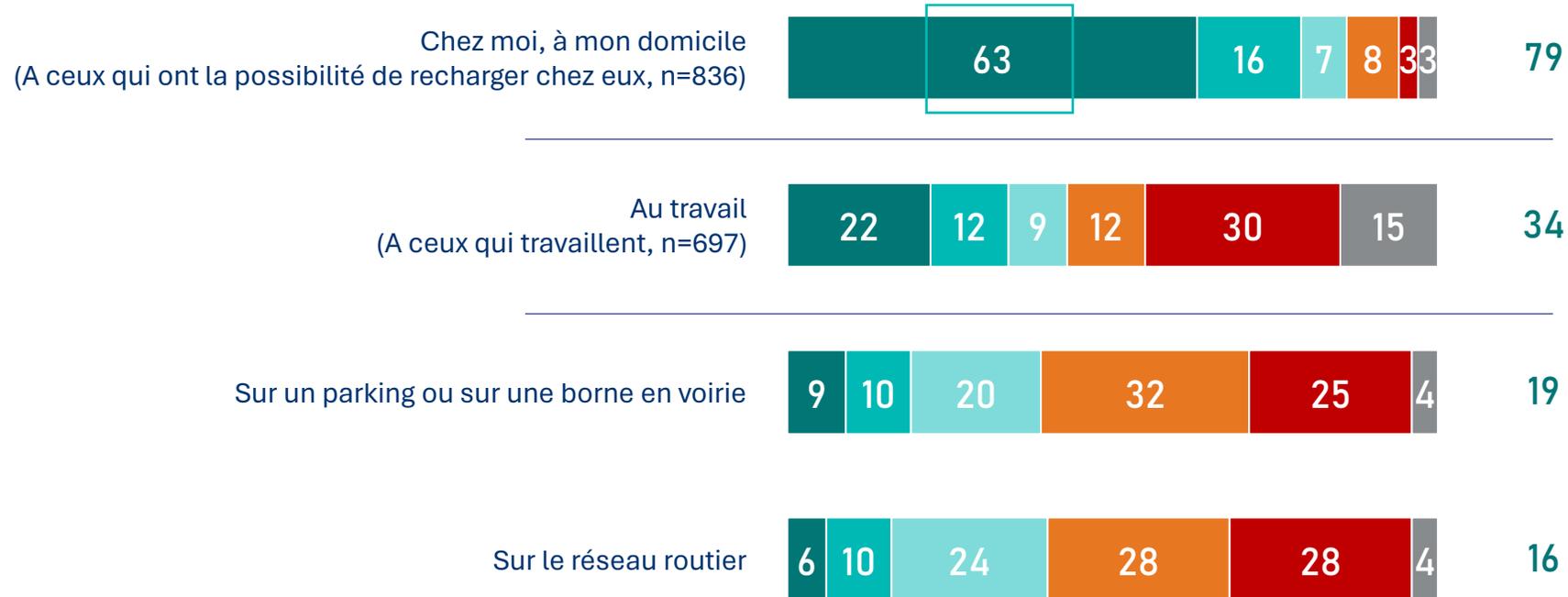


# LA FRÉQUENCE DE RECHARGE PAR LIEU

Question : « Et plus précisément, à quelle fréquence rechargez-vous votre véhicule électrique... »

Base : Ensemble

% AU MOINS SOUVENT



A CHAQUE FOIS OU PRESQUE

SOUVENT

PARFOIS

RAREMENT

JAMAIS

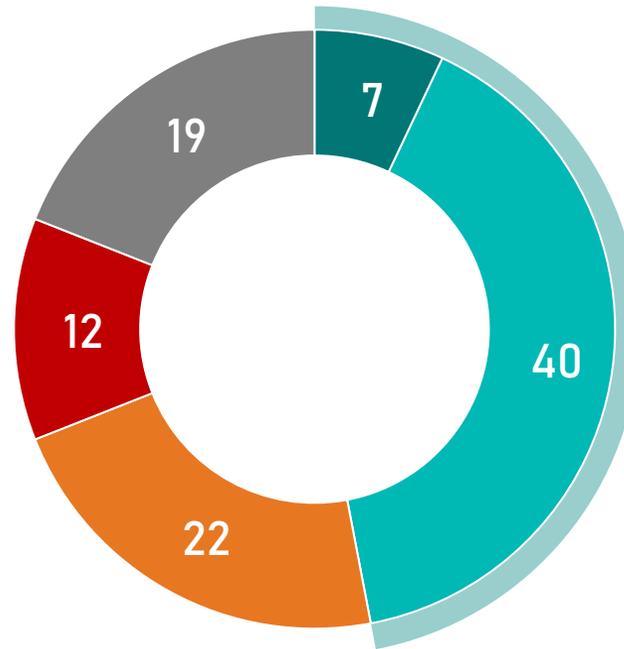
NON CONCERNÉ

# UN NIVEAU DE SATISFACTION TRÈS MODÉRÉ CONCERNANT LES BORNES DE RECHARGE

Question : « Plus précisément, au sujet des bornes de recharge en voirie et sur le réseau routier, diriez-vous que vous en êtes... »

Base : Ensemble

**% PAS SATISFAIT**  
**34**



**% SATISFAIT**  
**47**

*Ont une berline : 57*  
*Ont un véhicule électrique batterie : 53*  
*Ont une citadine : 35*  
*Ont un véhicule hybride rechargeable : 19*

TRÈS SATISFAIT

PLUTÔT SATISFAIT

PLUTÔT PAS SATISFAIT

PAS DU TOUT SATISFAIT

JE NE SAIS PAS

# LE PLUS SOUVENT, L'INSATISFACTION EST DUE AUX CONDITIONS TARIFAIRES PAS ASSEZ EXPLICITES... MAIS ÉGALEMENT AUX PANNES RÉPÉTÉES DES BORNES

Question : « Pour quelles raisons n'êtes-vous pas satisfait des bornes de recharge en voirie ou sur le réseau routier ? »

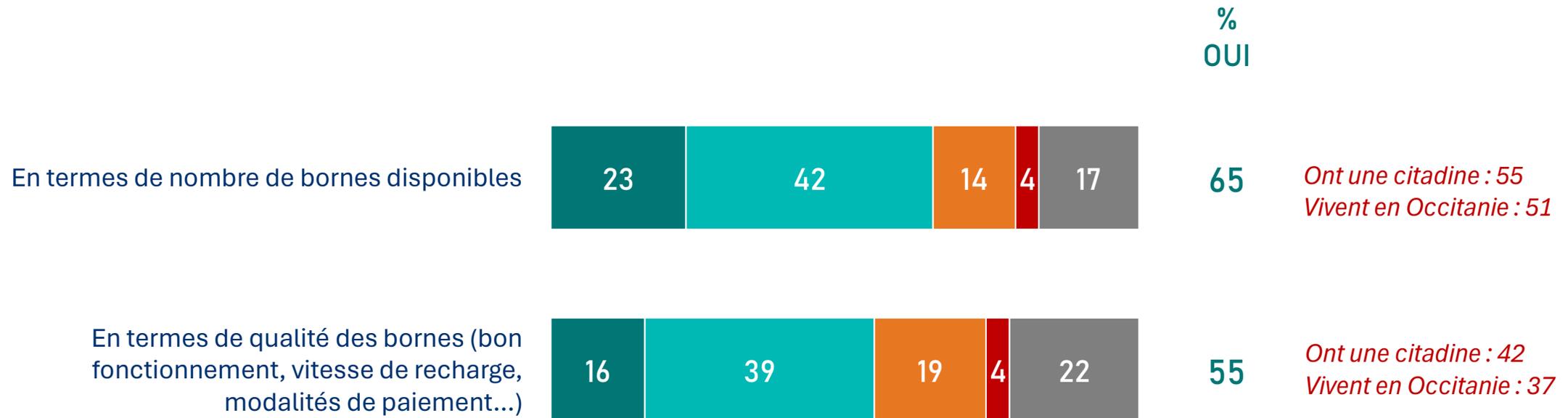
Base : A ceux qui ne sont pas satisfaits des bornes de recharge dans l'espace public (n=351)



# UNE AMÉLIORATION RESSENTIE DES BORNES CES DOUZE DERNIERS MOIS

Question : « Et diriez-vous que le réseau de bornes de recharge en voirie et sur le réseau routier s'est amélioré ces douze derniers mois ? »

Base : Ensemble



OUI VRAIMENT

OUI PLUTÔT

NON PAS VRAIMENT

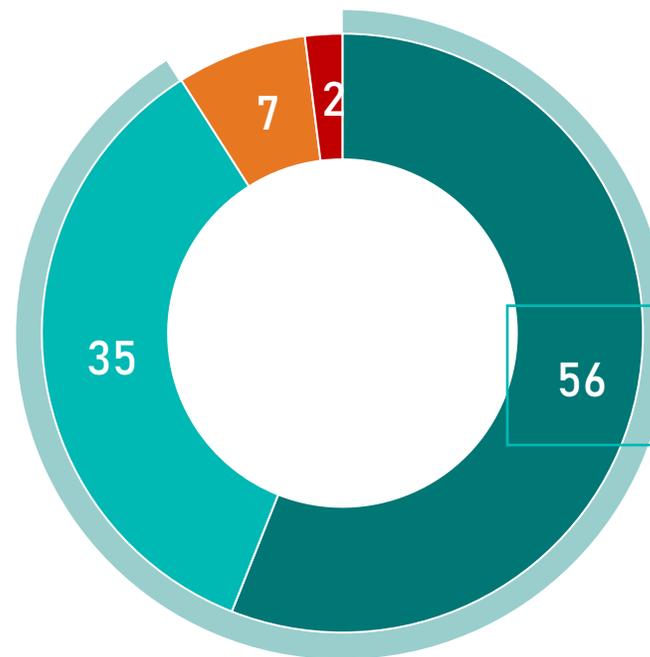
NON PAS DU TOUT

JE NE SAIS PAS

# POUR LA QUASI-TOTALITÉ DES RÉPONDANTS, IL EST IMPORTANT VOIRE ESSENTIEL D'AUGMENTER LE NOMBRE DE BORNES DE RECHARGE DANS LEUR DÉPARTEMENT

Question : « Selon vous, augmenter le nombre de bornes de recharge pour véhicule électrique dans votre département est : »

Base : Ensemble



% IMPORTANT VOIRE ESSENTIEL

91

↘ -3

ESSENTIEL

IMPORTANT MAIS PAS ESSENTIEL

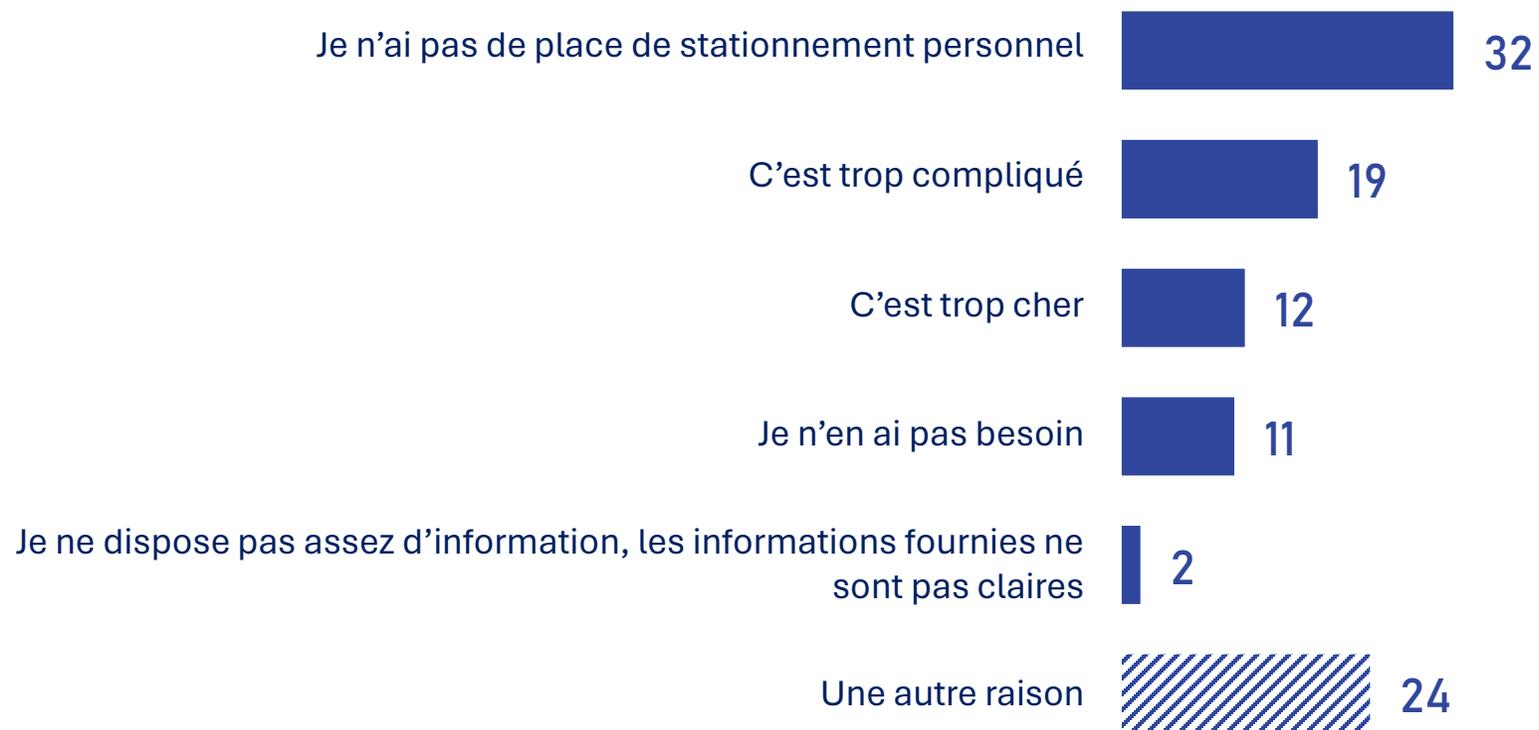
SECONDAIRE

INUTILE

# LES PERSONNES N'AYANT PAS DE RECHARGE CHEZ ELLE EXPLIQUENT PRINCIPALEMENT CETTE SITUATION PAR LE FAIT QU'ELLES N'ONT PAS DE PLACE DE STATIONNEMENT

Question : « Quelle est la principale raison expliquant que vous ne disposiez pas de recharge à votre domicile ? »

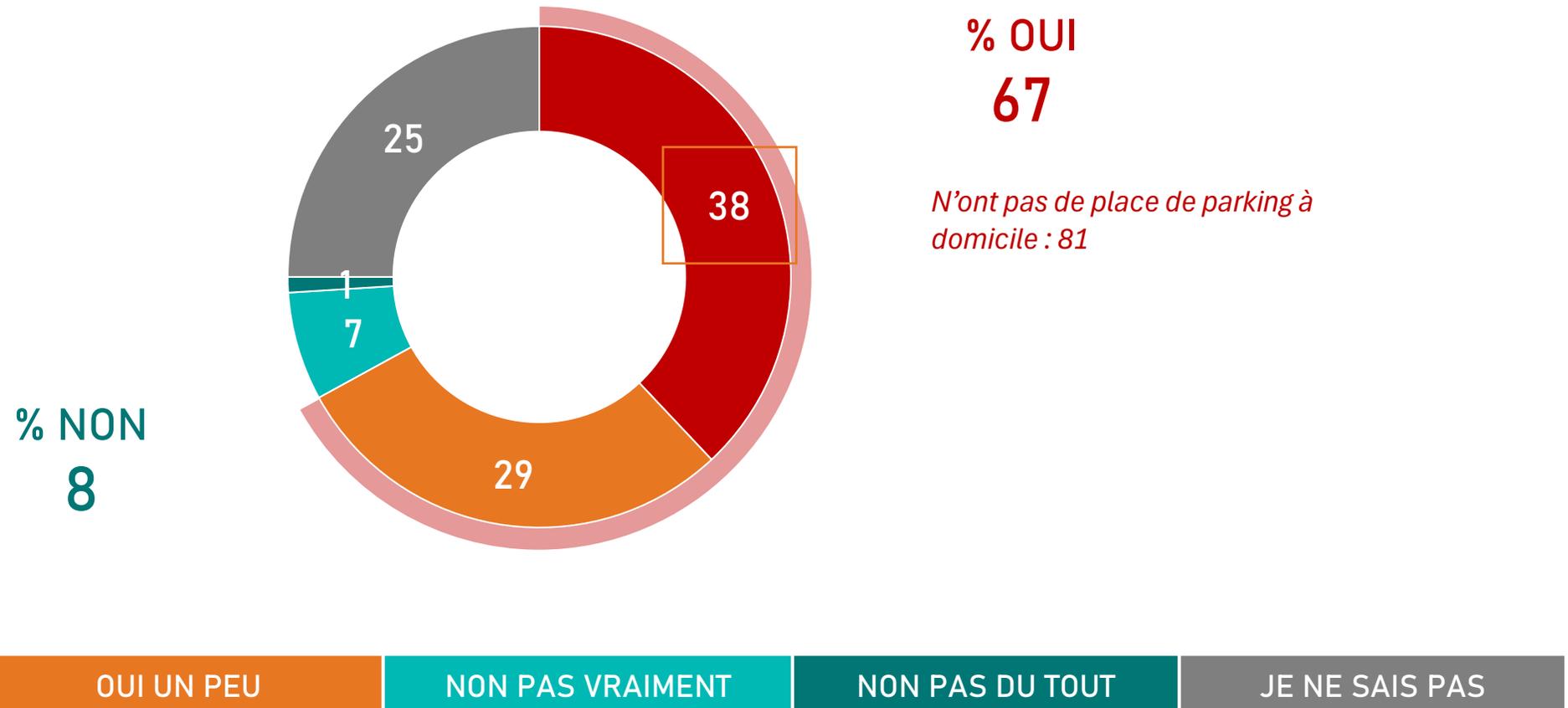
Base : A ceux qui n'ont pas de recharge à leur domicile (n=197)



# POUR DEUX TIERS DES SONDÉS, L'INFLATION SE RESSENT SUR LES RECHARGES PUBLIQUES (NOTAMMENT POUR CEUX N'AYANT PAS DE PLACE DE PARKING)

Question : « Au cours des douze derniers mois, diriez-vous que les prix de la recharge publique ont augmenté en France ? »

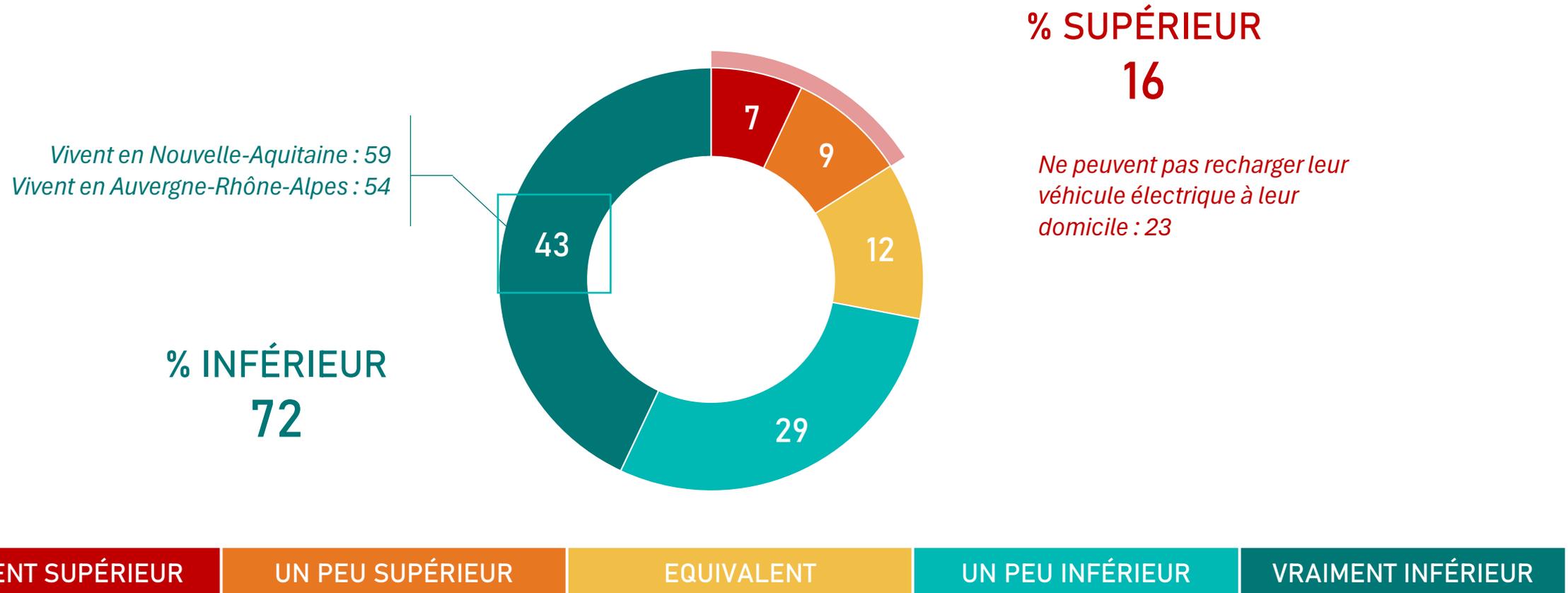
Base : Ensemble



# TOUTE CHOSE ÉGALE PAR AILLEURS, LE COÛT DU VÉHICULE ÉLECTRIQUE RESTE INFÉRIEUR À CELUI DU VÉHICULE THERMIQUE

Question : « A l'usage, et en prenant en compte l'ensemble des dépenses qui y sont associées (recharge ou carburant, entretien...), avez-vous le sentiment que le coût du véhicule électrique est en comparaison du coût du véhicule thermique... ? »

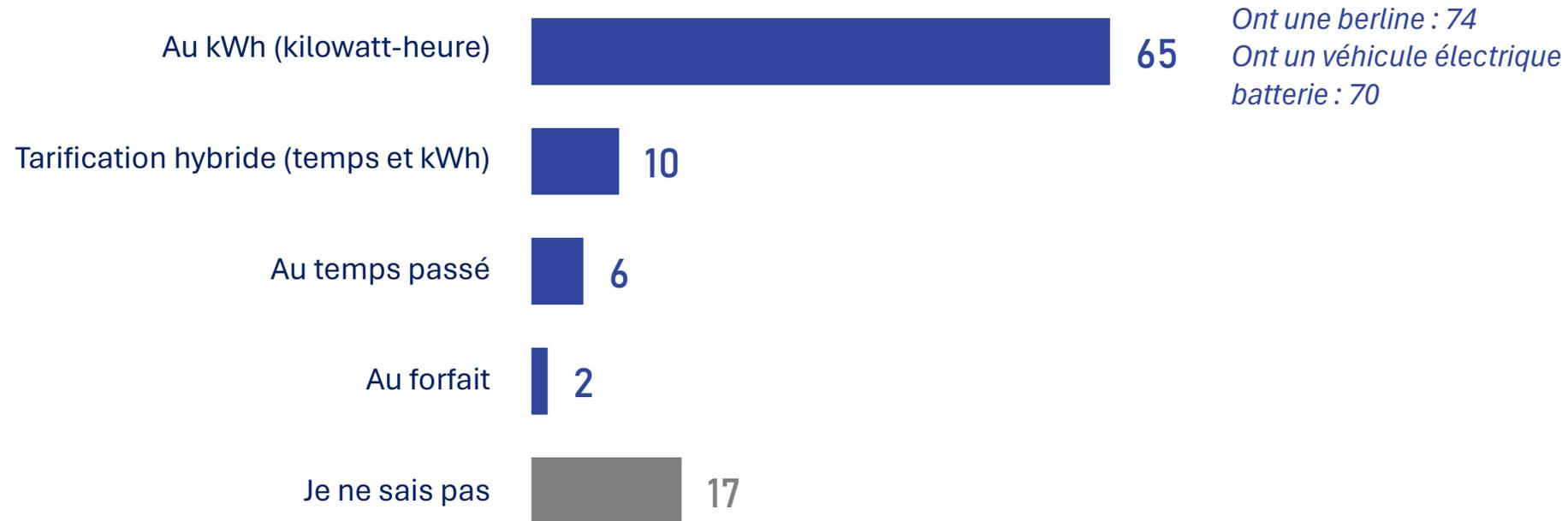
Base : Ensemble



# UNE PRÉFÉRENCE NETTE DES PERSONNES INTERROGÉES POUR LA TARIFICATION AU KWH, LOIN DEVANT UNE TARIFICATION HYBRIDE / AU TEMPS PASSÉ / AU FORFAIT

Question : « Quel mode de tarification préférez-vous pour la recharge publique ? »

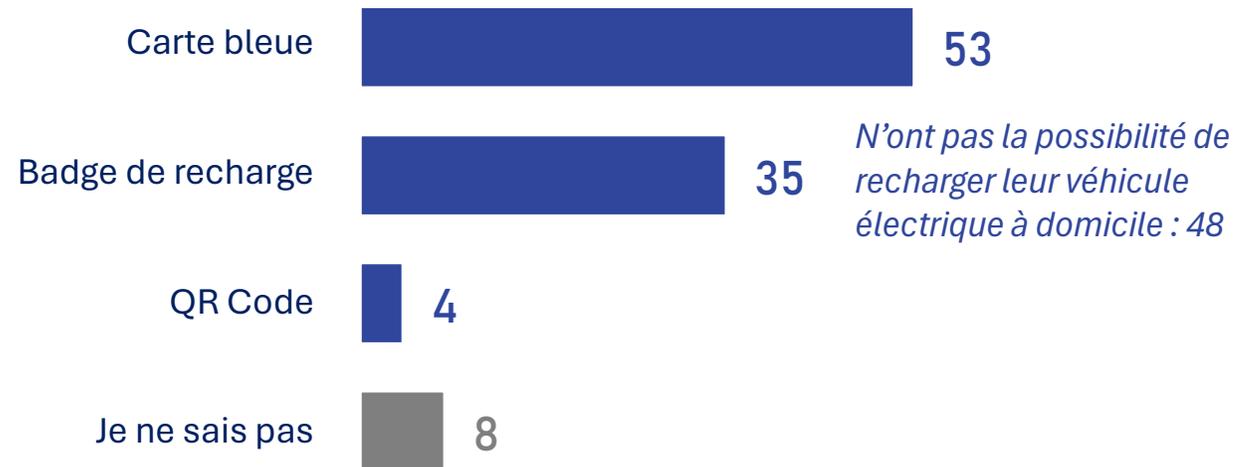
Base : Ensemble



# LE MODE DE PAIEMENT LE PLUS ADAPTÉ SUR LE RÉSEAU PUBLIC DE RECHARGE EST LA CARTE BLEUE POUR UNE PERSONNE SUR DEUX, DEVANT LE BADGE DE RECHARGE

Question : « Quel est le moyen de paiement qui est selon vous le plus adapté à votre usage sur le réseau public de recharge ? »

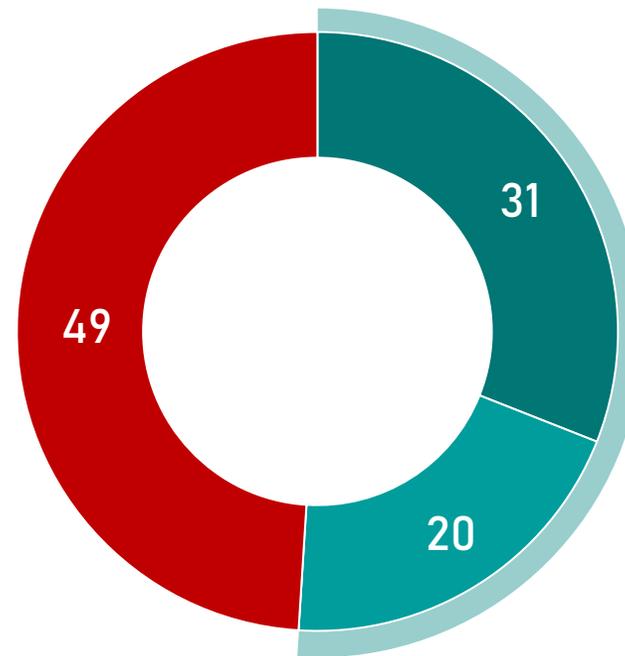
Base : Ensemble



# UN RÉPONDANT SUR DEUX DÉCLARE CONNAÎTRE LE PROGRAMME ADVENIR

Question : « Enfin, connaissez-vous le programme Advenir ? »

Base : Ensemble



% OUI  
51

*Vivent en Île-de-France : 69*

*Ont un véhicule d'occasion : 61*

*Ont une berline : 57*

OUI ET JE SAIS PRÉCISÉMENT CE DONT IL S'AGIT

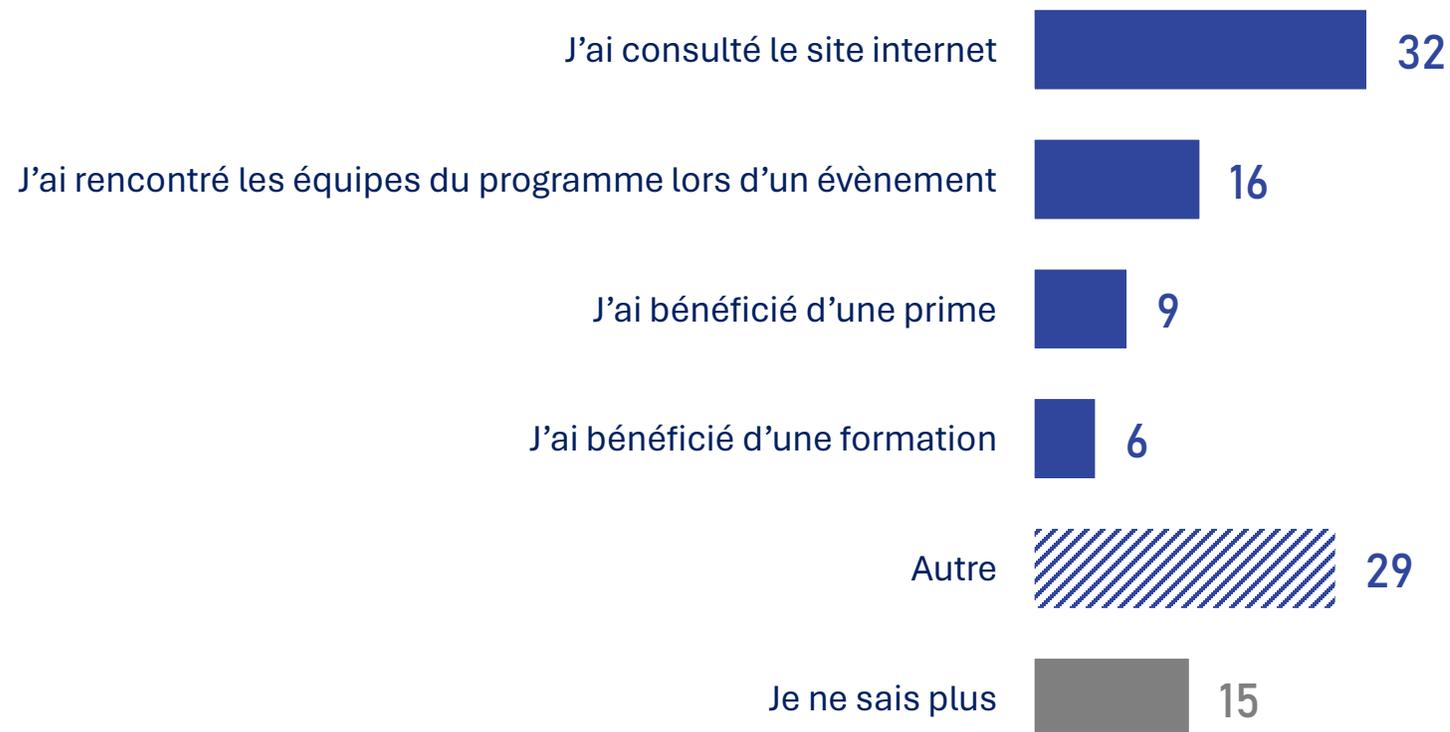
OUI MAIS JE NE SAIS PAS VRAIMENT CE DONT IL S'AGIT

NON

# LES PERSONNES AYANT ENTENDU PARLER DE CE PROGRAMME ONT SURTOUT CONSULTÉ LE SITE INTERNET

Question : « Comment avez-vous entendu parler du programme Advenir ? »

Base : A ceux qui connaissent le programme Advenir (n=531)



# ANNEXES

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS

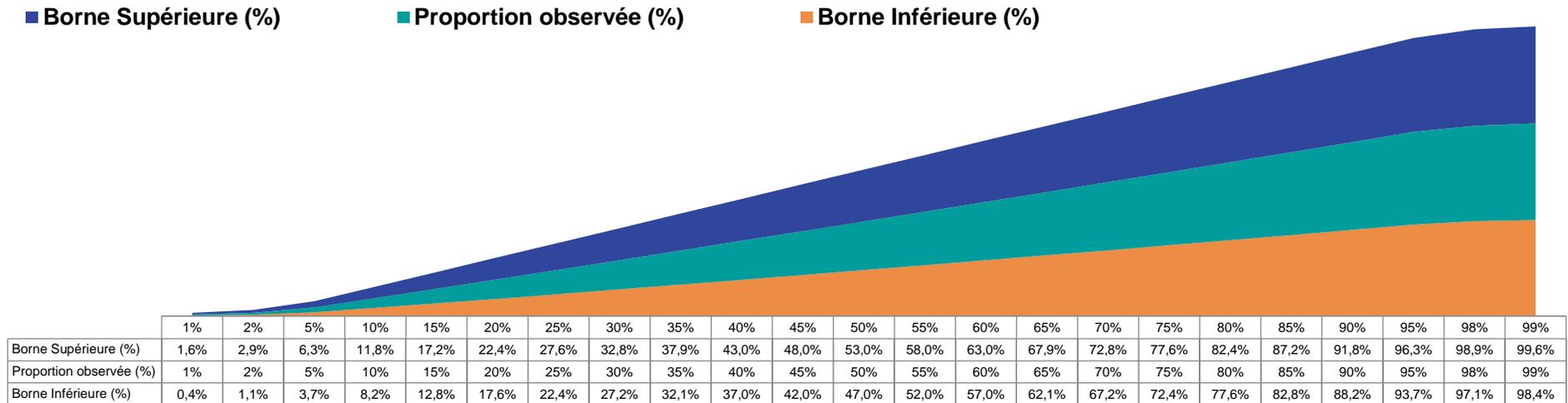


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1033**

Les proportions observées sont comprises entre :



# 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](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket 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'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

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 : Market Research** 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 d'une étude.

## EN AMONT DU RECUEIL

- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme 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.

## 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.

# A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-60 et est éligible au Service de Règlement Différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE\*** »

\*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.