



Sondage sur les véhicules électriques auprès des concessionnaires automobiles

Sommaire

Ressources naturelles Canada

ROP N° 064-17

Numéro du contrat : 23483-181082/001/CY

Rapport réalisé par Kantar TNS

Date de l'attribution du contrat : le 21 décembre 2017

Date du rapport : le 15 mars 2018

Ce rapport est aussi disponible en anglais :

nrcan.por-rop.rncan@canada.ca

1. Sommaire

1.1. But et objectifs de la recherche

Dans le Cadre pancanadien sur la croissance propre et les changements climatiques, les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux se sont engagés à collaborer avec l'industrie et les intervenants afin de développer une stratégie nationale visant à augmenter le nombre de véhicules à zéro émission sur les routes canadiennes. Pour appuyer cet engagement, Ressources naturelles Canada (RNCAN) a commandé cette recherche afin d'acquérir une compréhension claire et actuelle des obstacles potentiels, des perceptions erronées et d'autres limitations au soutien efficace des concessionnaires à l'égard des consommateurs de véhicules électriques.

Objectifs de la recherche

L'objectif global de cette recherche était de mesurer le niveau de connaissances relativement aux véhicules électriques et de cerner les obstacles et les occasions de vente de véhicules électriques pour les représentants commerciaux chez les concessionnaires de voitures neuves au Canada qui sont autorisés à vendre des véhicules électriques, y compris des véhicules électriques hybrides rechargeables (VHR) et des véhicules électriques à batterie (VEB). Les résultats de cette recherche serviront à éclairer les meilleures pratiques en matière de conception de programmes et de politiques concernant les véhicules électriques. Ils fourniront aussi une mesure de référence pour un certain nombre de mesures liées au rendement et à l'efficacité des programmes, des produits et des activités de RNCAN.

1.2. Méthodologie

Un sondage téléphonique a été mené du 19 janvier au 7 février 2018 auprès de représentants commerciaux chez les concessionnaires de voitures neuves au Canada qui sont autorisés à vendre des véhicules électriques. En tout, 178 entrevues téléphoniques, couvrant tous les territoires, ont été menées à partir d'une liste de concessionnaires de voitures neuves qui vendent des véhicules électriques fournie par RNCAN. Les numéros de téléphone figurant sur la liste ont été composés aléatoirement et des objectifs/quotas souples visant une représentation régionale ont été inclus. Avec une population de 2 066 concessionnaires certifiés de véhicules électriques, une taille d'échantillon de 178 répondants fournit une marge d'erreur de 7,08 au niveau de confiance de 95 %.

1.2.1. Analyses des sous-groupes, signification statistique et arrondissement

Une analyse a été réalisée afin d'établir les différences selon les caractéristiques de la concession telles que son emplacement (rural ou urbain et dans quelle région), le nombre de véhicules électriques exposés sur le terrain, les avantages offerts aux consommateurs, les ventes annuelles de véhicules électriques et le nombre de représentants commerciaux employés. Seules les différences significatives à un niveau de confiance de 95 % sont présentées dans ce rapport.

Les nombres présentés dans ce rapport sont arrondis au nombre entier le plus près. En raison de cet arrondissement, il peut sembler, dans certains cas, que les chiffres consolidés diffèrent d'un point de pourcentage par rapport aux chiffres ventilés et il se peut qu'ils ne totalisent pas 100 %.

1.3. Valeur du contrat

La valeur totale du contrat pour ce projet est de **84 997,36 \$**, y compris les taxes qui s'appliquent.

1.4. Énoncé de neutralité politique

À titre de représentante de Kantar TNS, je certifie par la présente que le présent rapport est entièrement conforme aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada établies dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, ce rapport ne comprend aucun renseignement sur les intentions de vote aux élections, sur les préférences de partis politiques, sur les positions vis-à-vis de l'électorat ou sur l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Tanya Whitehead
Kantar TNS
Directrice principale

1.5. Résumé des conclusions

Profil du répondant

Cent soixante-dix-huit entrevues ont été menées auprès de représentants commerciaux de voitures neuves chez les concessionnaires de voitures neuves au Canada qui sont autorisés à vendre des véhicules électriques. La plupart des représentants interrogés travaillaient dans de petites (moins de 5 représentants) ou de moyennes concessions (5 à 9 représentants) (27 % et 49 %, respectivement) alors que l'autre 24 % travaillaient dans des concessions plus grandes comptant 10 représentants commerciaux ou plus.

La majorité des représentants commerciaux interrogés étaient âgés de 25 à 44 ans (60 %), 29 % avaient plus de 45 ans et 11 % avaient moins de 25 ans. Quarante-sept pour cent des concessions participantes se situaient en milieu urbain, la plus forte proportion se situant en Ontario (34 %), suivi du Québec (26 %), de l'Alberta et de la Colombie-Britannique (12 % chacun), de l'Atlantique (8 %) et du Manitoba et de la Saskatchewan (8 % combinés).

Trois quarts des représentants commerciaux ont répondu au sondage en anglais (74 %), alors que l'autre 26 % ont choisi de répondre en français.

Concessions de véhicules électriques

Un peu plus du tiers des représentants commerciaux qui vendent des véhicules électriques (38 %) ont indiqué que leur concession vend entre un et cinq véhicules électriques par année. Un autre tiers (32 %) ont indiqué que leur concession vend entre 6 et 49 VÉ par année alors que 16 % ont indiqué que leur concession vend plus de 50 véhicules électriques par année. Quatorze pour cent de tous les représentants ont indiqué que leur concession ne vend pas de véhicules électriques même si la concession est autorisée à en vendre.

Plus d'un tiers (35 %) des concessions interrogées n'exposent qu'un seul véhicule électrique sur leur terrain alors qu'un autre tiers (37 %) en exposent deux ou plus. Plus d'un quart (29 %) n'exposent pas de véhicules électriques sur leur terrain.

Bon nombre de concessions interrogées ont des bornes de recharge sur place (76 %), dont 70 % ont un niveau 1 ou 2 et 44 % ont des bornes de recharge de niveau 3. Plus de la moitié (60 %) des concessions interrogées offrent de l'aide pour remplir les formalités relatives aux avantages fiscaux.

La plupart des représentants ont indiqué que les publicités du constructeur automobile (77 %) et de leur propre concession (60 %) indiquent qu'ils offrent des véhicules électriques à leur emplacement. Les représentants commerciaux qui travaillent dans une concession qui vend des véhicules électriques sont beaucoup plus nombreux à dire que leur concession annonce des véhicules électriques (72 % contre 30 %) et il en va de même pour les représentants qui travaillent en milieu urbain (61 % contre 55 %).

Connaissances et formation des représentants commerciaux de véhicules électriques

La plupart des représentants commerciaux de véhicules électriques interrogés se disent très bien informés au sujet des garanties (67 %), de l'autonomie du véhicule avec recharge totale (65 %), des méthodes de chargement (61 %) et des incitatifs fiscaux (50 %). Les répondants se disent moins bien informés au sujet de la durée de vie de la batterie (47 %), du coût de possession (41 %) et de fonctionnement (35 %) des véhicules ainsi que des réseaux des bornes de recharge (31 %).

Environ huit représentants commerciaux sur dix (79 %) ont reçu au moins une certaine formation relative aux véhicules électriques¹ et la plupart (71 %) ont reçu une formation relative aux véhicules électriques plusieurs fois par année. Des cours de formation en ligne constituaient le type le plus courant de formation reçue (94 %), suivi d'une formation sur place (69 %) et d'une formation itinérante donnée par le constructeur automobile (63 %). Une faible minorité a suivi une formation en classe (5 %) ou une autoformation (5 %)² à l'aide d'une variété de matériaux tels que la documentation du constructeur, les recherches en ligne et les études comparatives.

¹ Proportion dérivée du nombre moyen de représentants commerciaux qui ont reçu une formation et le nombre moyen de représentants commerciaux.

² L'autoapprentissage comprend l'autoformation qui consiste à chercher de l'information sur Internet ou auprès d'autres sources, à étudier la documentation reçue du constructeur, des évaluations à long terme et des études comparatives.

Une forte majorité de répondants disent que la formation relative aux véhicules électriques qu'ils ont reçue comprenait des informations sur les méthodes de chargement (97 %), l'autonomie du véhicule avec recharge totale (96 %), les garanties (96 %), le coût de possession du véhicule (89 %), la durée de vie de la batterie (88 %) et le coût de fonctionnement (84 %). Moins de répondants ont dit qu'ils avaient reçu une formation sur l'application des encouragements (53 %), les spécifications du véhicule (21 %) ou les caractéristiques (9 %). Quelques-uns ont mentionné l'essai d'un véhicule électrique comme ayant fait partie de la formation (4 %).

Défis et obstacles aux ventes de véhicules électriques

On a demandé aux représentants commerciaux de citer de façon spontanée les principaux défis auxquels ils font face lorsqu'ils tentent de vendre un véhicule électrique. Les cinq principaux obstacles cités sont :

- Le coût élevé des véhicules électriques (23 %)
- Les questions d'approvisionnement ou la faible disponibilité des véhicules électriques (21 %)
- Le manque de compréhension du consommateur au sujet des véhicules électriques (17 %)
- Le scepticisme au sujet de la technologie ou la confiance dans le produit (17 %)
- Le manque de compréhension du consommateur quant à l'autonomie d'un véhicule électrique (11 %)

On a également demandé aux représentants commerciaux de se prononcer sur les obstacles à la vente de véhicules électriques à l'aide d'une liste de suggestions. Les questions d'approvisionnement ou la faible disponibilité (73 %) ont été les obstacles le plus souvent cités, suivis de près par le manque de compréhension du consommateur quant à l'autonomie d'un véhicule électrique (71 %), le manque d'infrastructures locales quant au chargement de la batterie (69 %), le manque de compréhension du consommateur relativement aux véhicules électriques en général (67 %), le manque de compréhension du consommateur relativement au chargement (57 %) et le peu d'intérêt du consommateur au sujet des véhicules électriques (53 %).

Prévisions des ventes

Les représentants commerciaux sont optimistes quant aux prévisions des ventes de véhicules électriques. Lorsqu'on leur a demandé combien de véhicules ils s'attendaient à vendre personnellement en 2018, seulement neuf pour cent semblaient croire qu'ils ne vendraient pas de véhicules électriques, dont 29 % demeurant dans les provinces de l'Atlantique et 14 % dans les Prairies.

Quarante-trois pour cent des représentants commerciaux s'attendent à vendre entre un et cinq véhicules électriques en 2018 alors que 41 % prévoient en vendre entre 6 et 49. Un petit nombre de représentants commerciaux (8 %) croient également qu'ils vendront plus de 50 véhicules électriques en 2018.

Conclusions

En résumé, les concessions automobiles autorisées à vendre des véhicules électriques au Canada ayant déclaré un plus haut volume de ventes de véhicules électriques sont plus nombreuses à exposer des véhicules électriques sur leur terrain et ont tendance à être situées dans des provinces où des incitatifs sont offerts aux consommateurs. Les concessions dans ces provinces sont aussi plus nombreuses à recevoir davantage de formation et disent, de façon générale, qu'ils sont mieux informés au sujet des véhicules électriques.

Bien que la plupart des représentants commerciaux de véhicules électriques reçoivent au moins une formation annuelle sur une variété de sujets et se disent bien informés au sujet des méthodes de chargement et de l'autonomie du véhicule, moins de représentants affirment connaître la durée de vie de la batterie, le coût de possession du véhicule et son coût de fonctionnement. De plus, peu de représentants disent avoir reçu une formation quant aux spécifications ou caractéristiques du véhicule. Une poignée seulement a affirmé que l'essai d'un véhicule électrique faisait partie de la formation.

Les représentants commerciaux citent le plus souvent le manque de connaissances ou d'intérêt du consommateur parmi les obstacles à la vente de véhicules électriques.