

## *Automobile : l'électrification à marche forcée*

Fabienne Collard

**P**our tenter de redorer leur blason face aux enjeux écologiques, et sous la pression des autorités publiques qui édictent des normes de plus en plus strictes, les fabricants de voitures mettent en avant le développement de véhicules électriques, qui seraient moins polluants que les moteurs essence ou diesel. Une stratégie de *greenwashing* qui cache mal les arguments commerciaux des constructeurs.

S'il y a bien un secteur où verdir son image est devenu tentant, voire indispensable, c'est celui de l'automobile. Pour vendre des voitures aujourd'hui, il faut d'abord montrer patte verte. Accusé d'émettre une bonne partie du CO<sub>2</sub> à l'échelle planétaire, et soumis à ce titre à des normes européennes de plus en plus sévères, tout un secteur est amené à se réinventer, avec des conséquences économiques non négligeables.

Même si des primes à l'achat commencent à voir le jour, notamment en France et en Allemagne, le secteur doit convaincre des acheteurs qui n'ont pas tous les mêmes capacités à faire face aux freins légitimes qui entravent encore les ventes de l'électrique : prix d'achat plus (voire beaucoup plus) élevé et accès plus ou moins difficile aux infrastructures de recharge faute de garage ou de borne à proximité. Pour faire face à ce défi, les grandes marques ont abandonné petit à petit leurs arguments classiques de marketing pour privilégier un discours vantant les mérites de leurs modèles électriques et présentant l'électrification du parc automobile comme une évolution incontournable et salutaire pour l'environnement. Car même s'il est parfois encore remis en cause, le discours est désormais bien rodé : « L'électrique, c'est vert ». Vraiment ?

### **Plus ou moins vertes ?**

Ce qui s'est produit en France en 2013 résume assez bien les enjeux du marketing vert dans le milieu automobile. Quatre marques de voitures (Bluecar, Citroën, Opel et Renault) ont en effet été obligées de faire amende honorable après qu'une plainte fut déposée auprès du Jury de déontologie publicitaire (JDP). Toutes ces marques avaient inscrit « propre », « écolo » ou encore « verte » sur des publicités chantant les louanges de leurs modèles électriques. Pour le plaignant, l'Observatoire du nucléaire, une association opposée à l'utilisation de l'énergie atomique, les voitures ne sont jamais « propres, vertes ou écolos », même les modèles électriques : leur conception exige de l'énergie et des matières premières, l'électricité qu'elles consomment n'est pas automatiquement peu émettrice de CO<sub>2</sub>, les modèles hybrides requièrent également, en plus de l'énergie électrique, de l'énergie fossile, et même s'ils sont en partie recyclés, ces véhicules électriques génèrent un certain pourcentage de déchets. Se justifiant par des erreurs de traduction ou autres maladroites,

les constructeurs ont fait marche arrière avant même que ne soient rendus publics les avis du JDP donnant raison au plaignant <sup>1</sup>.

Nombreux sont pourtant ceux qui estiment que, sur l'ensemble de leur cycle de vie, les voitures électriques émettent moins de CO<sub>2</sub> que les véhicules thermiques, tandis que d'autres, sans être par principe opposés au développement des véhicules électriques, s'inquiètent des imperfections imputables à ceux-ci et à leur utilisation. Ce débat a déjà fait couler beaucoup d'encre.

Des études récentes semblent valider l'hypothèse d'un bilan environnemental favorable au véhicule électrique. Ainsi, la fédération européenne Transport & Environment <sup>2</sup> vient de mettre au point un outil de comparaison afin de distinguer, selon plusieurs scénarios, quels sont les véhicules qui émettent le moins de CO<sub>2</sub>. Sur cette base, Transport & Environment s'est attelé à la rédaction d'une étude <sup>3</sup> dont les conclusions sont les suivantes : en tenant compte de tous les facteurs de production et d'utilisation, et quel que soit le mix énergétique à l'origine de l'électricité produite pour les recharger, les voitures électriques émettent moins de CO<sub>2</sub> que les voitures thermiques sur l'ensemble de leur cycle de vie, et cela partout en Europe. Dans le pire des cas, indique Transport & Environment, en prenant l'hypothèse d'une voiture électrique équipée d'une batterie fabriquée en Chine et qui roule en Pologne, pays dont le mix énergétique dépend majoritairement de l'exploitation de centrales au charbon très polluantes, celle-ci émettra tout de même 22 % de CO<sub>2</sub> en moins qu'une voiture à moteur diesel et 28 % de CO<sub>2</sub> en moins qu'une voiture à moteur à essence. Dans un pays comme la Suède, où les énergies renouvelables se sont fortement développées, le gain de CO<sub>2</sub> par kilomètre sur le cycle de vie d'une voiture électrique pourrait même atteindre 80 % par rapport à une voiture à moteur thermique. Ce résultat s'explique notamment par une déperdition énergétique moindre des moteurs électriques par rapport à leurs concurrents. En revanche, il semble que la phase de production du véhicule ne soit pas à l'avantage du segment électrique : son bilan environnemental est plus lourd que celui de la phase de production des véhicules thermiques. Les conclusions de cette étude sont par ailleurs conformes à celles déjà présentées par une autre étude, menée par la VUB en 2017 <sup>4</sup>.

Il convient cependant de nuancer ces résultats par une remarque importante : ces études visent les véhicules 100 % électriques (ou « tout électriques ») et excluent les véhicules hybrides ou hybrides rechargeables, qui combinent un moteur thermique et un moteur électrique et ne peuvent pas prétendre au même bilan environnemental <sup>5</sup>. Or, souvent,

---

<sup>1</sup> Avis du Jury de déontologie publicitaire n° 263/13, n° 264/13, n° 265/13 et n° 266/13 – Automobile / véhicules électriques. Décisions publiées le 18 septembre et le 23 octobre 2013, disponibles sur [www.jdp-pub.org](http://www.jdp-pub.org).

<sup>2</sup> Transport & Environment est une organisation européenne regroupant une cinquantaine d'ONG actives dans le domaine du transport et de l'environnement et dont l'objectif est de promouvoir une mobilité sans émission de CO<sub>2</sub>, abordable et ayant l'impact le plus faible possible sur la santé, le climat et l'environnement. Cf. [www.transportenvironment.org](http://www.transportenvironment.org).

<sup>3</sup> « How clean are Electric Cars? », *T&E's Analysis of Electric Car Lifecycle CO<sub>2</sub> Emissions*, avril 2020.

<sup>4</sup> M. MESSAGIE, *Life Cycle Analysis of the Climate Impact of Electric Vehicles*, Bruxelles, Vrije Universiteit Brussel – Research Group MOBI, 26 octobre 2017.

<sup>5</sup> Parmi les véhicules électriques coexistent, d'un côté, les voitures 100 % électriques (ou « tout électrique »), dont le moteur est exclusivement alimenté par l'électricité, et, de l'autre, les voitures hybrides, qui disposent d'un moteur thermique et d'un moteur électrique. Parmi les hybrides, on distingue les hybrides dites simples des hybrides dites rechargeables (*plug-in*). Les premières utilisent l'énergie produite en roulant pour recharger un petit moteur électrique qui pourra se substituer au moteur thermique sur quelques kilomètres. Ces hybrides simples ne doivent donc pas être rechargées via le réseau électrique. Ce n'est pas

on emploie le terme « voiture électrique » pour désigner de manière indifférenciée un véhicule 100 % électrique ou un véhicule hybride. S'il semble donc acquis que les véhicules 100 % électriques émettent moins de CO<sub>2</sub> que leurs concurrents thermiques sur l'ensemble de leur cycle de vie, le degré de propreté des véhicules électriques au sens large (tout électriques ou hybrides) dépend de la cohérence avec laquelle ils sont utilisés. De manière un peu caricaturale sans doute, il semble intuitivement plus efficient, si l'objectif recherché est bien de limiter les émissions liées à son véhicule, de conduire une petite citadine tout électrique en milieu urbain que de conduire une berline ou un SUV<sup>6</sup> hybride rechargeable dont le poids nécessitera des batteries imposantes sans que rien n'oblige son utilisateur à procéder à la moindre recharge, puisque le moteur thermique est bien opérationnel.

## Le bilan environnemental des composants

Au-delà de la question d'une utilisation appropriée des véhicules électriques, deux types d'arguments semblent malgré tout entacher le bilan environnemental de ceux-ci. Tout d'abord, les émissions de CO<sub>2</sub> associées à l'électricité consommée par un véhicule dépendent de la provenance de cette électricité, avec d'un côté une production reposant sur les énergies renouvelables ou le nucléaire, qui émet peu de CO<sub>2</sub>, et de l'autre celle dépendant de l'exploitation des énergies fossiles (centrales au gaz ou au charbon), qui en émet beaucoup. Si l'électricité produite par les centrales nucléaires génère peu de CO<sub>2</sub>, la gestion des déchets pour cette filière reste cependant plus que problématique. « Électrique » ne rimerait donc pas automatiquement avec « émissions faibles » ni avec « propre », et les organisations environnementales telles que Greenpeace rappellent ainsi l'importance de développer une production d'électricité renouvelable qui permette à l'électrification progressive du parc automobile de jouer pleinement son rôle environnemental. Au niveau mondial, la Chine fournit à ce titre un exemple frappant. Le pays représente le premier marché mondial de véhicules hybrides et tout électriques. Mais l'électricité produite en Chine provient majoritairement de centrales au charbon, extrêmement polluantes, ce qui réduit drastiquement le bénéfice pour l'environnement de cette flotte de véhicules électriques<sup>7</sup>. Par ailleurs, les électrons présents sur le réseau n'ont pas de certificats de provenance ni d'origine. Certains sont gris, d'autres sont verts, sans qu'on puisse les différencier, à part dans une logique d'autoconsommation. Dès lors, une utilisation cohérente d'un véhicule électrique voudrait que l'on privilégie une recharge dont l'électricité est par exemple fournie par des panneaux solaires plutôt que par le réseau général.

Le deuxième type d'argument – en défaveur des véhicules électriques concerne les batteries qui les équipent. À cet égard, l'objectif est de pouvoir comparer l'impact environnemental des véhicules sur l'ensemble de leur cycle de vie, de la fabrication à la casse. Or ces batteries nécessitent l'exploitation de métaux rares (nickel, lithium, cobalt, indium...) dont les gisements sont fortement concentrés dans certaines régions du globe, avec un impact qui n'est sans doute guère moins dommageable pour les hommes et la nature que celui

---

le cas des hybrides rechargeables. Arrivées plus tard sur le marché, celles-ci sont équipées d'un moteur électrique plus puissant que celui des hybrides simples et peuvent disposer d'une autonomie électrique allant jusqu'à une soixantaine de kilomètres avant que le moteur thermique ne doive prendre le relais.

<sup>6</sup> Abréviation de *Sport Utility Vehicle*. Ces véhicules disposent de capacités de roulage hors route ou de remorquage.

<sup>7</sup> F. COLLARD, « Les véhicules électriques ont encore du chemin à faire », *Les @analyses du CRISP en ligne*, 24 juillet 2018, [www.crisp.be](http://www.crisp.be), p. 9.

généralisé par l'extraction du pétrole. De plus, tout comme les énergies fossiles auxquelles l'Europe souhaite tourner le dos, les gisements de ces minerais ne sont pas inépuisables, d'autant que les filières de recyclage pour ce type de métaux n'existent que depuis peu de temps et restent encore peu opérationnelles.

## L'Europe impose ses normes

Quelles que soient les considérations qui précèdent, l'Union européenne, elle, s'adresse directement aux constructeurs automobiles en leur imposant des normes d'émission de CO<sub>2</sub> pour les voitures particulières neuves et les véhicules utilitaires légers neufs. Ces normes avaient été révisées en 2014 pour imposer une limite moyenne de 95 grammes de CO<sub>2</sub> par kilomètre en 2021, avec toutefois une certaine flexibilité pour éviter des distorsions de concurrence entre les constructeurs. Cette limite est en effet pondérée en fonction de certains critères tels que le poids moyen des véhicules vendus par un constructeur ou le volume des ventes de ce dernier. Plus un industriel immatricule des véhicules lourds, plus son grammage cible de CO<sub>2</sub> est élevé, et donc plus facile à atteindre. Or un rapport récemment publié par la société de conseil PA Consulting révèle qu'aucun constructeur automobile ne devrait respecter les quotas d'émission de CO<sub>2</sub> fixés par l'Union européenne pour 2021<sup>8</sup>. Cette société s'attend ainsi à ce que des amendes soient infligées aux treize constructeurs étudiés, pour un montant total de 14,5 milliards d'euros<sup>9</sup>.

Depuis, la crise sanitaire du Covid-19 est passée par là, ce qui fait de l'année 2020 une année complètement singulière compte tenu des circonstances. En octobre 2020, Transport & Environment annonçait que, finalement, la plupart des grands constructeurs passeraient pour 2021 entre les mailles du filet des quotas européens. Grâce à l'amélioration des moteurs thermiques et au déploiement des ventes de véhicules électriques lors de cette année « Covid-19 » ? Oui, mais pas seulement. Pour parvenir à ce tour de force, les constructeurs ont également eu largement recours à certains stratagèmes : augmenter la masse des nouveaux véhicules pour rehausser la limite d'émissions à laquelle ils ont droit (ce qui pose des questions du point de vue écologique) ou, notamment, s'organiser en *pools* de constructeurs. Cette seconde option permet par exemple au constructeur italo-américain Fiat Chrysler Automobiles (FCA) de s'associer à Tesla, afin d'éviter les amendes européennes. Cette alliance aura tout de même coûté à FCA pas moins de 2 milliards d'euros<sup>10</sup>.

Pour expliquer la difficulté des constructeurs à respecter les normes européennes d'émission, PA Consulting indique que la mode des SUV – dont la proportion dans les ventes de la plupart des marques ne fait que croître – ainsi que la reprise à la hausse des ventes de véhicules à essence annihileraient l'effet positif de l'augmentation du nombre des immatriculations de véhicules électriques. Si, du fait de la crise sanitaire du Covid-19,

---

<sup>8</sup> PA Consulting, *CO2 Emissions are increasing – Car Makers must act*, janvier 2020.

<sup>9</sup> Toyota, PSA Peugeot Citroën, Renault-Nissan-Mitsubishi, Hyundai-Kia, Volkswagen-Audi, BMW, Ford, Daimler-Benz, Honda, Fiat-Chrysler FCA, Volvo, Mazda et Jaguar-Land Rover. Avec 18 millions d'euros, Toyota et sa large flotte hybride serait le constructeur le moins concerné par les amendes prévues par l'étude de PA Consulting, tandis que Volkswagen-Audi subirait l'impact le plus lourd et devrait déboursier 4,5 milliards d'euros. Toyota pourrait cependant rencontrer des difficultés à partir de 2025 : les normes européennes ont été renforcées et le développement par la marque japonaise de modèles tout électriques est à la traîne.

<sup>10</sup> « Les petits arrangements des constructeurs automobiles pour atteindre leurs objectifs d'émission de CO<sub>2</sub> », *Le Monde*, 12 octobre 2020.

les résultats de cette étude doivent être considérés avec prudence, ils soulignent toutefois une tendance générale interpellante, car il semble que les messages promotionnels en faveur des SUV (ou des véhicules émettant davantage de CO<sub>2</sub> que ce que prescrivent les normes européennes) n'aient pas diminué durant cette période de pandémie <sup>11</sup>.

## De la contrainte à l'argument commercial

Les constructeurs peinent déjà à atteindre les objectifs qui leur sont assignés pour 2021, mais voilà que l'exercice tend à se compliquer encore pour eux dans le futur, puisque l'Union européenne a entériné en 2019 un renforcement des normes qui leur sont appliquées. Ainsi, afin de contribuer à la réalisation des objectifs de l'Accord de Paris, les émissions moyennes de CO<sub>2</sub> des voitures neuves immatriculées dans l'Union européenne devront être, en 2025, inférieures de 15 % aux limites d'émission en vigueur en 2021, et inférieures de 37,5 % en 2030. Des mécanismes incitatifs sont également prévus afin d'encourager la commercialisation accrue de « véhicules à émission nulle et à faibles émissions » (voitures électriques ou hybrides rechargeables) pour atteindre 15 % du parc automobile européen en 2025 et 35 % en 2030 <sup>12</sup>. Cet objectif est assurément ambitieux : l'Association des constructeurs européens d'automobiles (ACEA), qui représente les intérêts des principaux groupes automobiles en Europe <sup>13</sup>, estime en effet qu'au troisième trimestre 2019, les voitures roulant à l'essence représentaient 59,5 % des ventes en Europe, contre 29,1 % pour les voitures roulant au diesel, 6,3 % pour les voitures hybrides non rechargeables, 3,1 % pour les voitures électriques ou hybrides rechargeables visées par les nouvelles normes (soit 2,05 % pour les voitures tout électriques et 1,05 % pour les hybrides rechargeables), et enfin 1,9 % pour les voitures roulant avec des carburants alternatifs : éthanol, gaz de pétrole liquéfié – GPL (en anglais *liquid petroleum gas* ou LPG) – et gaz naturel – CNG <sup>14</sup>.

Les constructeurs automobiles, qui respectent avant tout une logique commerciale, doivent se soumettre à ces normes européennes sous peine d'amendes importantes pouvant entraver leur activité. Quelles que soient leurs ambitions environnementales réelles, ils s'emploient désormais tous à réorienter leur modèle de production. Au total, l'industrie automobile européenne entend consacrer 145 milliards d'euros d'investissement à l'électrification de sa production entre 2019 et 2025 <sup>15</sup>. Alors que, fin 2018, on recensait une soixantaine de modèles 100 % électriques ou hybrides rechargeables en Europe, on devrait en compter plus de 330 en 2025 selon Transport & Environment, avec des projets particulièrement ambitieux attribués à Daimler-Benz (Mercedes), PSA (Peugeot-Citroën), Renault-Nissan et Volkswagen-Audi <sup>16</sup>.

---

<sup>11</sup> P. OZER, « Ère "après covid-19" : les publicités promeuvent des voitures toujours plus polluantes », Inter-Environnement Wallonie, [www.iew.be](http://www.iew.be), 9 juin 2020.

<sup>12</sup> Règlement (UE) 2019/631 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 établissant des normes de performance en matière d'émissions de CO<sub>2</sub> pour les voitures particulières neuves et pour les véhicules utilitaires légers neufs, et abrogeant les règlements (CE) n° 443/2009 et (UE) n° 510/2011.

<sup>13</sup> BMW Group, DAF Trucks, Daimler-Benz, Fiat, Ford Europe, Hyundai Europe, Iveco, Jaguar-Land Rover, Opel Group, PSA Peugeot Citroën, Renault, Toyota Europe, Volkswagen, Volvo Cars et Volvo Group.

<sup>14</sup> European Automobile Manufacturers Association, *New Passenger Car Registration by Fuel Type in the European Union – Quarter 3*, 7 novembre 2019.

<sup>15</sup> Transport & Environment, *Electric Surge: Carmaker's Electric Car Plans across Europe 2019-2025*, juillet 2019, p. 6.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

S'ils ont pendant longtemps rechigné à l'effort et critiqué les mesures européennes, en tentant même de les contourner (comme en témoigne l'épisode du *dieselgate*<sup>17</sup> qui a particulièrement touché Volkswagen), les uns comme les autres ont désormais fait de cette contrainte un argument concurrentiel, en se déclarant en phase avec leurs objectifs et en déclinant leur avenir en vert-électrique, du moins dans leur discours promotionnel. Ainsi, Volvo, par exemple, vise une part de 50 % des ventes tout électriques dans ses ventes globales pour 2025 et s'engage à ce que chaque nouvelle Volvo lancée depuis 2019 dispose d'un moteur électrique (à 100 % ou dans une version hybride).

## Convaincre les futurs acheteurs

Mais s'ils s'emploient ainsi à soigner leur image verte (en dépit des craintes de *greenwashing* qu'on peut nourrir à cet égard) et contribuent, à marches forcées sans doute, à enraceriner un mouvement de fond vers une électrification progressive du parc automobile européen, les constructeurs doivent faire face à un défi de taille : convaincre de nouveaux acheteurs potentiels de se tourner vers l'électrique. Car, on l'a dit, les ventes se porteraient davantage actuellement vers le segment des SUV, et de manière plus générale vers des moteurs à essence, que vers le segment de l'électrique, qu'il soit hybride ou, plus encore, tout électrique. Certes, d'une année à l'autre, les ventes du segment électrique enregistrent une progression importante, mais le segment du 100 % électrique ne représentait toujours en Europe, en 2019, que 2 % des ventes de véhicules neufs (un peu plus de 3 % avec l'hybride rechargeable), même avec le soutien de subventions publiques. Selon le directeur du développement de BMW, Klaus Fröhlich<sup>18</sup>, il n'y a tout simplement « pas de demande pour les véhicules électriques de la part des clients ».

C'est que le segment électrique souffre encore à l'heure actuelle de plusieurs handicaps, dont les principaux sont un prix élevé, une autonomie encore limitée et une dépendance à la disponibilité de postes de recharge. Si elles veulent vendre de l'électrique, les grandes marques automobiles doivent donc convaincre de nouveaux utilisateurs que ces contraintes sont surmontables. Alors que l'autonomie promise par les batteries récentes ne cesse de croître (jusqu'à 400, voire 450 kilomètres pour les plus performantes), cela ne suffit pas nécessairement à rassurer les utilisateurs potentiels qui ne disposent pas toujours des infrastructures nécessaires pour une recharge (faute d'un garage privé ou d'une borne à proximité). Renault l'a bien compris et met en avant un slogan promotionnel sans équivoque pour son modèle tout électrique Zoe, l'un des plus vendus en Europe, présenté comme « la voiture électrique qui ne change rien à votre quotidien, et ça change tout ». La marque française mise sur la facilité et la rapidité de recharge de ce modèle, ce qui traduit une évolution par rapport au slogan utilisé autrefois pour le même modèle : « Pour lutter contre la pollution, roulez en voiture »<sup>19</sup>.

Une autre tactique promotionnelle adoptée par certains constructeurs consiste à mettre en avant l'un ou l'autre modèle électrique durant les divers grands rendez-vous que constituent les salons automobiles et d'opter à cette occasion pour une occupation massive

---

<sup>17</sup> Le *dieselgate* est un scandale industriel et sanitaire intervenu entre 2009 et 2015, lié à l'utilisation par le groupe allemand Volkswagen de différentes techniques visant à réduire frauduleusement les émissions de certains de ses moteurs diesel lors des tests d'homologation.

<sup>18</sup> « Les doutes montent sur l'appétit des Européens pour la voiture électrique », *Les Échos*, 4 juillet 2019.

<sup>19</sup> Notons que cette campagne avait été épinglée par le Jury (français) de déontologie publicitaire : avis du JDP n° 320/14 – Automobile. Décision publiée le 26 juin 2014.

des médias en vantant les mérites de ces modèles « respectueux de l'environnement » et « silencieux ». Comme une vitrine pleine de promesses, les véhicules électriques ainsi mis en avant sont parfois des modèles imposants, que leur prix destine à une clientèle aisée ou au marché du *leasing* et des voitures de société.

## Une nouvelle source d'inégalités

À titre d'exemple, à l'occasion du Salon de l'auto de Bruxelles, début 2020, la marque Audi a, comme beaucoup d'autres, orienté son discours sur les avancées de sa gamme électrique. Le constructeur allemand a mis à l'honneur son nouveau modèle 100 % électrique, l'Audi e-tron sportback, qui se veut une version plus coupée et sportive du SUV électrique e-tron déjà proposé. Ces modèles sont complétés par des alternatives hybrides rechargeables qui recouvrent la gamme TFSIe (« e » pour « électrique ») constituée de berlines, de SUV et bientôt de *breaks*. Au total, le 100 % électrique et les modèles hybrides concernent actuellement une douzaine de modèles chez Audi. Tous ces véhicules sont des voitures d'un certain gabarit : SUV, coupés ou berlines de luxe. Audi s'est par ailleurs engagé à lancer plus de 30 modèles électriques d'ici 2025. Mais pour l'instant, les plus petits modèles de la marque (A1 ou A3) ne semblent pas appelés à être commercialisés en version électrique, même si leur poids plus léger ferait logiquement d'eux des candidats tout trouvés pour limiter la consommation d'énergie et le poids des batteries à embarquer. Pour sa part, Volvo, qui nourrit de grandes ambitions sur le marché de l'électrique, a renoncé à proposer une telle version de ses deux modèles d'entrée de gamme (C30 et V40), les plus légers, dont il a arrêté la production.

Le choix de certaines marques de procéder prioritairement à l'électrification des plus gros modèles de leur gamme s'explique à plusieurs égards. L'avantage de ces gros modèles, notamment les SUV, est que leur taille se prête très bien à l'installation des batteries. Celles-ci demandent en effet un empattement important entre les roues ; le gabarit impressionnant des modèles proposés par Tesla, marque pionnière et emblématique du tout électrique, l'illustre pleinement. Par ailleurs, les SUV, *breaks* ou berlines de luxe sont d'emblée plus chers que de petites citadines, ce qui rend plus acceptable pour le client le surcoût de l'électrification.

Cela étant, si ces véhicules 100 % électriques haut de gamme peuvent servir de vitrines aux marques qui les défendent pour faire valoir le verdissement de leur production, leur prix et le temps de charge considérable de leurs imposantes batteries (plus de 70 000 euros pour l'Audi e-tron sportback et 35 heures pour une charge complète sur une prise domestique) restent des obstacles très importants à la vente. Des obstacles que de potentiels acheteurs ne peuvent pas tous dépasser de la même façon et qui cantonnent en partie le marché de l'électrique aux voitures de société<sup>20</sup> et aux hauts revenus.

Pour faire décoller les ventes de véhicules électriques et résoudre le problème d'une offre peu accessible financièrement, d'autres marques s'engagent dès lors sur un tout autre chemin, avec l'arrivée de nouvelles citadines, moins chères et plus légères, telles que la Peugeot e-208, l'Opel Corsa-e ou la VW ID3. Ces véhicules sont bien plus abordables que

---

<sup>20</sup> Notons que l'accord de gouvernement fédéral récemment conclu (gouvernement « Vivaldi ») prévoit de limiter les avantages fiscaux pour voitures de société à des véhicules à faible émission (NDLR).

les gros modèles électrifiés. L'argument environnemental pourra sans doute convaincre les éventuels acheteurs sensibilisés à passer le pas, malgré les contraintes liées à l'électrique.

## L'avenir est-il électrique ?

Les constructeurs automobiles tenteraient-ils de verdir leur image plus que de raison ? Le débat sur le bien-fondé environnemental d'une électrification massive des nouveaux véhicules mis en circulation a déjà fait couler beaucoup d'encre. Les questions des batteries ou de l'utilisation adéquate de ces véhicules électriques continuent d'alimenter les oppositions. Par ailleurs, cette tendance forcée à l'électrification du parc automobile européen, soutenue par des normes de plus en plus sévères, pourrait présenter aux yeux de certains la transition vers l'électrique comme une solution miracle unique et pourrait occulter la nécessité de promouvoir une utilisation raisonnée de l'automobile ou de mettre en place des mesures alternatives (covoiturage, véhicules partagés...) ainsi que des politiques efficaces de transport public.

Quelles que soient les conclusions qui ressortent de ce débat, le secteur automobile, qui répond à une logique commerciale, est quant à lui tenu de respecter ces normes européennes, ce qui l'oblige à présenter son bilan « électrique » sous un jour flatteur et à gonfler, dans son discours promotionnel, l'importance de sa flotte électrique et des objectifs de déploiement de celle-ci, alors qu'en termes de parts de marché, et face notamment au succès grandissant des SUV, ce segment reste pour l'heure encore anecdotique. Pour éviter de futures amendes, les constructeurs automobiles doivent attirer de nouveaux clients vers leur gamme électrique.

Au-delà de l'argument environnemental avancé plus ou moins subtilement par toutes les marques, l'objectif semble avant tout de convaincre que l'électrique, c'est comme le thermique, mais en mieux. Ainsi, certaines marques parient sur de petites citadines faciles à recharger, sans guère de désagréments pour le quotidien, tandis que d'autres vantent la conduite sportive et moderne de modèles bien plus imposants, mais moins accessibles financièrement. Quelle que soit la voie choisie, eu égard aux exigences européennes, le secteur a jusqu'à 2025 pour faire passer la pilule électrique.

Cet article a été publié dans : *Politique, revue belge d'analyse et de débat*, n° 114, décembre 2020, pages 52-59.

Pour citer cet article dans son édition électronique : Fabienne COLLARD, « Automobile : l'électrification à marche forcée », *Les @analyses du CRISP en ligne*, 21 décembre 2020, [www.crisp.be](http://www.crisp.be).