

EY Global Mobility Consumer Index: Cererea globala pentru vehicule electrice încetinește, pe fondul lipsei infrastructurii de încărcare



Cererea globala pentru vehicule electrice a încetinit, iar, pentru potențialii cumparatori, principala temere este lipsa infrastructurii de încărcare, potrivit celei de-a [cincea ediții anuale a raportului EY Global Mobility Consumer Index](#).

Raportul, care se bazează pe sondarea a 19.000 de respondenți din 28 de țări, arată ca, deși, la nivel global, procentul celor care intenționează să achiziționeze un vehicul electric a crescut de la 55% la 58% față de anul anterior, creșterea cererii începe să stagneze, după ce aceasta s-a majorat de la 30% la 55% în intervalul 2020 - 2023.

O serie de temeri îi descurajează încă pe unii potențiali cumparatori, 27% dintre respondenți invocând lipsa infrastructurii de încărcare drept principal motiv de îngrijorare. 25% au declarat că sunt preocupați de autonomia vehiculelor electrice, iar 18% au declarat că încărcarea vehiculelor electrice durează prea mult. În premiera, cel mai recent studiu a identificat și temeri privitoare la costul ridicat al înlocuirii bateriilor, menționate de 26% dintre potențialii cumparatori.

În 2024, prețurile ridicate ale carburanților au continuat să devanseze alți factori care i-au motivat pe consumatori să cumpere un vehicul electric, 37% dintre respondenți invocându-l drept principalul motiv. Preocupările legate de protecția mediului și-au pierdut constant din importanța în ultimii ani, doar 34% dintre respondenți invocându-l ca factor încurajator în 2024, comparativ cu 49% în 2021.

Per total, la nivel mondial, intenția de achiziționare a unui autovehicul de orice tip a crescut de la 44% la 51%. Cu toate acestea, în SUA, procentajul celor care intenționează să cumpere un autovehicul a scăzut de la 60% anul trecut, la 50%, iar procentajul celor care intenționează să cumpere un vehicul electric a înregistrat o scădere de la 48%, la 34% în aceeași perioadă. În pofida declinului general al intenției de achiziție a unui vehicul electric în SUA, autovehiculele hibride au înregistrat o creștere modestă, reflectând o tendință de piață în creștere de pivotare către acestea.

În același timp, piețele europene au înregistrat o creștere a intenției de cumpărare a unui automobil în următorii doi ani, în special în Marea Britanie, unde intenția a crescut puternic de la 45% în 2023, la 56% în acest an, ceea ce a avut drept rezultat depășirea celorlalte țări europene. Și în Norvegia intenția de a achiziționa un automobil în următorii doi ani s-a majorat de la 34%, la 50% în ultimul an. În pofida creșterii intenției de cumpărare a unui autovehicul pe termen lung în Marea Britanie, această majorare semnificativă nu s-a tradus în intenție de achiziție a unui vehicul electric, care a crescut doar la 59% anul acesta, de la 54% în 2023.

Stela Andrei, Partener, People Advisory Services, Automotive, Advance Manufacturing and Mobility Sector leader, EY România: „Adaptarea la tendințele de mobilitate este esențială pentru a răspunde așteptărilor consumatorilor. În România, observăm o creștere treptată

a interesului pentru vehiculele electrice, însa infrastructura de încărcare ramâne un aspect critic. Este imperativ sa colaboram cu autoritațile și partenerii din industrie pentru a dezvolta o rețea de încărcare care sa susțină aceasta tranziție și sa alinieze România la dinamica globala."

Înclina consumatorii spre marcele de vehicule electrice chinezești?

Marcile chinezești au facut progrese mari în ultimii ani, în special în afara țării lor de origine. În perioada 2019 - 2023, proporția modelelor chinezești de vehicule electrice vândute în Europa a crescut de la 0,4%, la 8%.

În ceea ce privește marcele preferate, datele arata ca 30% dintre consumatorii din regiunea Asia-Pacific care intenționeaza sa cumpere un vehicul electric au cel puțin o marca chinezeasca între primele trei preferințe, dar acest procentaj scade la 16% în cazul respondenților latinoamericani (Brazilia, Mexic, Columbia) și la 12% în cazul respondenților europeni. Aceștia din urma au declarat ca principalul motiv pentru care ar lua în considerare o marca de vehicule electrice chinezeasca este posibilul raport calitate-preț (59%) și atractivitatea vehiculelor oferite (51%), în timp ce raportul calitate-preț a reprezentat un factor mai puțin important în cazul respondenților din Asia-Pacific.

Raportul EY Global Mobility Consumer Index a relevat și schimbări de atitudine la nivelul generațiilor. În timp ce atât milenialii, cât și respondenții din Generația Z au indicat raportul calitate-preț drept principalul motiv pentru a lua în considerare marcele de vehicule electrice chinezești, aceștia au fost în dezacord în ceea ce privește încrederea, având în vedere ca numai 36% dintre membrii Generației Z considera ca încrederea în marcele chinezești reprezinta un factor în procesul de achiziție, fața de 41% dintre mileniali.

Andreea Ungureanu, Senior Manager, EY Parthenon: „Nu doar tehnologia evolueaza, dar și segmentele de clienți, nevoile și comportamentele lor. În timp ce entuziaștii vehiculelor electrice au fost deja convinși, este momentul pentru companii sa se îndrepte catre segmentele de clienți mai reticente. Acestea sunt mai sensibile la preț și așteapta o propunere de valoare clara și diferențiată, fie ca este vorba de servicii conectate, securitate sau servicii și întreținere. Nu exista o soluție care sa se potriveasca tuturor, iar producatorii de echipamente originale și dealerii trebuie sa lucreze activ pentru a înțelege comportamentul și nevoile subiacente, temerile și așteptările acestor noi tipologii, pentru a debloca o noua zona de creștere.”

Creșterea notorietății funcționalităților de conectivitate ale autovehiculelor

Conectivitatea autovehiculelor a devenit un aspect-cheie în care producatorii auto din toata lumea concureaza pentru consumatori, dar mai sunt multe de facut în aceasta privința. Consumatorii sondați au manifestat un interes puternic în ceea ce privește tehnologiile de conectivitate, în special cele care ajuta la navigație și amelioreaza siguranța și securitatea, 60% dintre aceștia indicând ca, daca o tehnologie ar fi disponibila, ar utiliza-o. Aceasta proporție este mai mica însa în cazul altor servicii, de 37% pentru service și întreținere și de doar 21% pentru creșterea performanțelor.

De asemenea, în toate categoriile, exista temeri legate de costul serviciilor aferente autovehiculelor conectate: la nivel mondial, 49% dintre respondenți au declarat ca sunt prea scumpe. În timp ce 47% dintre respondenții posesori de vehicule electrice din SUA și 45% dintre cei din Europa au invocat acest aspect ca fiind principala preocupare, numai 39% dintre respondenții chinezi au declarat același lucru. În mod similar, 50% dintre cumparatorii de vehicule electrice din SUA au declarat ca serviciile sunt scumpe, comparativ cu doar 40% dintre cei din China.

În ceea ce privește transmiterea de date, 36% dintre respondenții la nivel global au declarat ca au temeri legate de acest aspect. Interesant este faptul ca diferența dintre generații este foarte mica, 33% și, respectiv, 34% dintre membrii Generației Z și ai generației *baby boomers* manifestându-și preocuparea în acest sens, în timp ce membrii Generației X și milenialii sunt cei mai îngrijorați cu privire la transmiterea datelor (37% în ambele cazuri).