

Zeitschrift: Energieia : Newsletter de l'Office fédéral de l'énergie
Herausgeber: Office fédéral de l'énergie
Band: - (2017)
Heft: 5

Artikel: Oser le changement
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-730871>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 05.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

OSER LE CHANGEMENT

Les acquéreurs de voitures neuves optent rarement pour un véhicule diesel ou à essence à haute efficacité énergétique, malgré des avantages financiers. Une étude réalisée sur mandat de l'Office fédéral de l'énergie explique pourquoi.

Quiconque décide d'économiser de l'énergie lors de l'achat d'une voiture peut aussi économiser de l'argent: aujourd'hui, pratiquement toutes les marques de véhicules proposent des modèles de la catégorie d'efficacité énergétique A compétitifs en termes de frais. «Les voitures neuves les moins gourmandes en carburant sont fréquemment déjà moins chères à l'achat. Viennent s'y ajouter les économies réalisées grâce au prix du carburant et, selon le canton, aux réductions des taxes sur les véhicules motorisés», affirme Peter de Haan, auteur de l'étude en question et expert en mobilité de l'entreprise indépendante d'ingénierie, de planification et de conseil EBP Schweiz.

Une part de marché d'environ 15%

Les voitures les plus efficaces sont notamment moins chères parce qu'elles disposent d'un moteur à combustion plus petit. Il est néanmoins rare que les acheteurs choisissent ce type de véhicule. Selon l'étude sur le «gap d'efficacité» en matière d'achat de voitures en Suisse, les

véhicules de la catégorie d'efficacité énergétique A représentent à peine 15% du marché des voitures neuves.

L'efficacité énergétique n'est qu'un critère de sélection parmi d'autres lors de l'achat d'une voiture. Selon l'étude précitée, la décision dépend surtout du rapport qualité-prix, de l'écologie, du niveau d'innovation technique, de l'adéquation pour un usage quotidien ainsi que du confort et de la tenue de route en montagne. Si les voitures à haute efficacité énergétique satisfont aux quatre premiers de ces critères, elles sont jugées peu confortables et inappropriées pour les trajets en montagne, selon une enquête faite auprès d'acquéreurs de voitures neuves. Considérées comme moins sportives et moins «fun», elles souffrent en outre d'un déficit d'image.

La fidélité avant tout

Devant l'immense variété des offres, les clients préfèrent souvent rester fidèles à leur ancien modèle. Selon l'étude, plus de

40% des acquéreurs d'une voiture neuve ont opté pour un modèle équipé d'un moteur de même taille (ou de même catégorie de cylindrée) que leur ancienne voiture. Un tiers d'entre eux ont même choisi un moteur plus grand et seul 25% ont opté pour un moteur plus petit.

Or dans la technologie des moteurs, la tendance est au «downsizing», une grande puissance dans une cylindrée de plus en plus petite. Un moteur inférieur à 1,2 litre dans une voiture neuve fournit aujourd'hui plus de puissance qu'un moteur 1,6 litre monté dans une voiture de dix ans.

L'importance d'expliquer

Pour Peter de Haan, la communication est la clé du changement. «Proposer une technique à haute efficacité énergétique et la rendre attrayante par des réductions fiscales ne suffit apparemment pas. Il faut également parler de la technique et expliquer le sens des réductions à une clientèle à fort pouvoir d'achat.» (voa)

