



Janvier 2021

## Véhicule électrique : pour conquérir l'Europe, regarder l'Asie

La forte hausse des ventes de véhicules électrifiés en Europe représente un enjeu de taille pour les constructeurs. A mesure que les gammes s'étoffent, la conquête de nouveaux clients ne se joue pas exclusivement sur les véhicules eux-mêmes. Plus encore que les marchés traditionnels, l'électrifié a besoin, pour s'imposer durablement, d'être assorti d'une offre de services, comme a pu le constater Caarea en Asie.

En plein cœur de la crise sanitaire, la nouvelle n'a pas fait grand bruit. Elle a pourtant de quoi marquer les esprits. En septembre 2020, pour la première fois, les immatriculations de véhicules électrifiés (électriques, hybrides, « plug-in ») ont été plus nombreuses que celles de véhicules diesel en Europe. Une évolution qui semblait improbable il y a encore 5 ans, quand le diesel dominait le marché automobile européen.

Ce boom est d'autant plus frappant que le secteur automobile est fortement touché par la crise. En 2020, les ventes se replient partout dans le monde, néanmoins, alors que le marché

automobile dans son ensemble recule de 37 % au premier semestre, les ventes de véhicules électrifiés sont en croissance de 57 %.

La crise n'est pas étrangère au phénomène. Il n'a toutefois rien de temporaire : le momentum en faveur des véhicules électrifiés est bien là et le mouvement sera durable. Les enjeux de prise de marché sont majeurs pour les constructeurs, aussi bien européens qu'internationaux. Aux défis techniques s'ajoutent ceux de la commercialisation, ainsi qu'une nécessaire prise en compte des attentes des automobilistes. Calquer des schémas traditionnels sur les véhicules électrifiés serait ignorer les spécificités de ce marché et passer à côté de ses opportunités. Les assureurs ont un rôle central à jouer pour faciliter son expansion, en accompagnant les constructeurs comme les usagers.

## Les leaders du monde post-crise

Parler d'effet d'aubaine au sujet de la crise peut étonner. Cette dernière a toutefois alimenté le boom européen des véhicules électrifiés. En cause, les « green deals » et mesures de relance des gouvernements, qui soutiennent notamment l'achat de véhicules propres.

Cette action de court terme se conjugue à l'effet long terme de la réglementation européenne. Pour y être conforme, les constructeurs n'ont d'autre choix que d'abaisser leurs émissions de CO<sub>2</sub> en électrifiant leurs gammes, avec pour échéances 2021, 2025, puis 2030 où l'objectif de réduction de CO<sub>2</sub> de 37,5% pourrait à nouveau être relevé. Le marché européen est donc en pleine mutation.

Les constructeurs ont déjà lancé 143 nouveaux modèles électrifiés en 2019. Ils devraient en proposer 450 de plus d'ici 2022. La voiture électrifiée ne sera plus synonyme de petite citadine : l'offre se diversifie, gagnant tous les segments.

Pour les constructeurs, l'enjeu de la relance est bien là : trouver des débouchés pour des véhicules que la législation européenne leur impose de produire. A l'heure actuelle, 6 groupes se partagent 60 % du marché mondial de l'électrique : Tesla, VW, BMW, Renault, Hyundai et BYD. L'attrait des automobilistes pour les véhicules propres sera-t-il suffisant pour absorber leurs offres en pleine croissance ?

## Une indispensable expérience internationale

Conquérir le marché du véhicule électrifié implique de lever les freins qui retiennent encore les automobilistes. Outre la question du prix se posent celles du coût et des conditions d'entretien, ainsi que de la garantie de la batterie.

Des enjeux auxquels ont déjà été confrontés les acteurs opérant sur les marchés asiatiques, précurseurs sur les véhicules électrifiés. En Chine, le cap des 2 millions de véhicules « à faible consommation » a été atteint après le Salon de l'automobile de Beijing, en septembre dernier. Un objectif auquel l'implantation d'une méga-usine Tesla à Shanghai a largement contribué. En Corée, au-delà du développement rapide des technologies électriques, les constructeurs

misent également sur l'hydrogène, technologie offrant une autonomie de plus de 500 km, notamment au profit des véhicules les plus lourds et les plus puissants (SUV, berlines).

Fort de son expérience acquise en Europe comme en Asie, Caarea propose des assurances couvrant les véhicules hybrides, électriques et hydrogènes. L'entreprise a accompagné l'explosion du marché asiatique au cours des trois dernières années, notamment auprès du premier constructeur automobile coréen et d'assureurs chinois de premier rang. La gestion de ces produits dédiés a permis à Caarea de collecter de la data, non seulement sur les risques effectifs à couvrir sur les véhicules électrifiés, mais aussi sur les besoins réels des automobilistes. Une expérience indispensable pour appréhender aujourd'hui le marché européen et ne pas proposer des offres d'assurance qui ne correspondent pas à la réalité des besoins clients - constructeurs ou automobilistes.

## Répondre aux enjeux stratégiques des constructeurs

Afin que les constructeurs se concentrent sur le développement technologique des véhicules électrifiés et leur commercialisation, Caarea prend en charge les services autour de ces gammes et assure leur protection financière. Une offre notamment sollicitée par les constructeurs pour la protection de la capacité de charge des batteries électriques. En effet, les garanties obligatoires, bien que longues, ne se concentrent que sur la fonctionnalité de la batterie, au détriment de son autonomie.

Aux côtés des constructeurs, Caarea lève les freins à l'achat de l'automobiliste. L'entreprise a développé des produits et services chargés de répondre aux inquiétudes spécifiques soulevées par les usagers, en tête desquels le coût de la maintenance et la performance de la batterie. Caarea couvre ainsi la perte d'efficacité de la batterie, sur des durées pouvant atteindre 10 ans.

Autre point d'attention des automobilistes, les coûts d'usage de ces technologies nouvelles. Là encore, Caarea apporte une solution : une prise en charge mensualisée de la maintenance des technologies propres à ces véhicules (pile à combustible, batterie lithium-ion, réservoir d'hydrogène, etc.). Une offre qui trouve pleinement sa place au sein d'une gamme d'Automotive Lifestyle Protection, réunissant tous les avantages des produits de fidélisation.

