

Comunicat de presa

Studiu Roland Berger Strategy Consultants si TNS Infratest: Masina electrica – Vocea consumatorului

18 Mai 2010

Exista un interes crescut al consumatorilor pentru masinile electrice, dar industria auto trebuie sa se mobilizeze si sa inoveze rapid

- Studiu privind gradul de acceptabilitate al autovehiculelor electrice in randul clientilor auto din Germania si Franta
- 37% dintre respondentii germani se gandesc sa achizitioneze o masina electrica; jumatate dintre acestia ar fi dispusi sa cheltuiasca pana la 4.000 EUR in plus in acest scop
- Suma aceasta nu este insa suficienta pentru acoperirea costurilor suplimentare ale tehnologiei
- In aceste conditii, pentru ca aceasta tehnologie sa se impuna pe piata, sunt necesare pachete de mobilitate si servicii integrate – precum taxe reduse, marirea valorii reziduale si oferirea unor stimulente aditionale la cumparare pentru anumite perioade de timp

Clientii auto din Germania si Franta manifesta un interes crescut pentru masinile electrice. 37% dintre consumatori (respectiv 35% in Franta) se gandesc sa achizitioneze o masina electrica. Jumatate dintre acestia ar fi dispusi sa plateasca pana la 4.000 EUR in plus in acest sens. Cu toate acestea, 65% dintre clienti sunt de parere ca inca nu detin suficiente informatii pe acest subiect. In ciuda raspunsului favorabil, industria auto trebuie sa ia masuri si sa inoveze, pentru ca disponibilitatea consumatorilor de a plati in plus nu este inca suficienta pentru a acoperi costurile aditionale.

Acestea sunt principale rezultate ale studiului desfasurat de Roland Berger Strategy Consultants si compania de cercetare de piata TNS Infratest. Astfel, pentru a pune bazele mobilitatii electrice, sunt necesare pachete de servicii cuprinzatoare, precum taxe de mobilitate reduse, masuri pentru cresterea valorii reziduale si stimulente aditionale de achizitie pe anumite perioade de timp.

Comunicat de presa

Studiu Roland Berger Strategy Consultants si TNS Infratest: Masina electrica – Vocea consumatorului

"Vestea buna este ca peste o treime dintre cei intervievati in Germania si Franta se vad in posesia unei masini electrice intr-un orizont de timp mai apropiat sau mai indepartat", spune Ralf Landmann, Partener Roland Berger. "Totusi, exista inca o lipsa de inovatie in ceea ce priveste modelele de afaceri care sa impulsioneze alimentarea alternativa."

Pentru a reusi, departamentele de marketing, vanzari si bancile producatorilor trebuie sa vina in intampinarea clientilor cu noi preturi si noi metode de finantare pentru autovehicule, baterii si mobilitate in general. Astfel, ar trebui introduse modele inteligente si flexibile prin care clientii sa isi poata alege pachete de mobilitate si servicii concepute special pentru masinile electrice. Taxele reduse sau ofertele atragatoare de leasing pot fi solutii pentru acoperirea finantarii si asigurarii autoturismelor. Consumatorii sunt interesati. Aproape 80% dintre ei nu se gandesc numai la achizitii traditionale de masini si baterii, aproape doua treimi dintre ei luand in considerare cumpararea unei masini de la un furnizor si inchirierea unei baterii de la un altul. "Cei care vor sa aiba succes in acest mediu in 2011 trebuie sa ia o decizie acum – si nu este vorba neaparat de acele companii care joaca un rol important in mobilitatea de azi", afirma Landmann in continuare.

Ofertele atractive pentru consumatori sunt decisive

"Viitorul in sectorul auto este reprezentat de modelele mai usoare, mai mici si mai ecologice", este de parere Dr. Robert Schröder, Director Adjunct in cadrul TNS Infratest Automotive. Nu este niciun dubiu ca pe termen lung masinile electrice vor avea o cota de piata semnificativa. Totusi, acest fapt presupune furnizarea de oferte atractive clientilor – iar acestea sunt deocamdata indepartate. Pentru a face masinile electrice accesibile publicului larg pe termen mediu, sunt necesare noi modele inovative de afaceri. Acestea ar putea include varietati de leasing pentru intregul vehicul, doar pentru sistemul de propulsie sau doar pentru baterie. In plus, pachetele de mobilitate pentru masinile electrice vor fi la mare cautare. De exemplu, 88% dintre consumatorii din Germania isi doresc acces la o statie de alimentare rapida localizata la maximum 5 km. Aproape jumatate ar fi dispusi sa plateasca intre 20-40 EUR pentru acest fapt.

Comunicat de presa

Studiu Roland Berger Strategy Consultants si TNS Infratest: Masina electrica – Vocea consumatorului

74% si-ar dori de asemenea sa aiba un sistem de navigatie conceput special pentru masile electrice, care sa includa hartile sau rutele care solicita cel mai scazut nivel de consum (in Franta 57%).

Disponibilitatea de a plati mai mult nu este inca suficienta

"O mare problema pentru producatori ramane inca partea de costuri. Pentru urmatorii 10 ani, suma in plus pe care consumatorii ar fi dispusi sa o plateasca pentru mobilitate electrica nu este suficienta pentru a acoperi costurile aditionale ale sistemului de propulsie, in special ale bateriei", observa Dr. Wolfgang Bernhart, expert si partener Roland Berger. Costurile aditionale de azi sunt cuprinse intre 10.000 si 15.000 EUR si vor cobori probabil la 8.000 – 10.000 EUR de-abia in 2015. Costurile aditionale ale unui vehicul electric in comparatie cu un sistem de propulsie traditional vor cobori sub 4.500 EUR (adica suma in plus pe care consumatorii sunt dispusi sa o plateasca) de-abia in 2020.

Este necesara o industrializare rapida insotita de stimulente speciale

Pe langa industrializarea tehnologica rapida a componentelor, sunt importante si stimulentele aditionale, care sa le ofere beneficii reale utilizatorilor de masini electrice. "Acestea nu trebuie sa includa neaparat numai stimulente financiare", explica Bernhart. "Ar putea cuprinde de exemplu, acces exclusiv la zonele cu trafic limitat din ariile metropolitane sau optiuni de parcare exclusiviste, pentru masinile electrice." In plus, "pentru ca transportul electric sa devina un succes, producatorii auto, bancile si furnizorii de solutii de transport trebuie sa gaseasca noi modalitati de a produce valoare adaugata prin mobilitate electrica. Consumatorii asteapta.", incheie Landmann.

Comunicat de presa

Studiu Roland Berger Strategy Consultants si TNS Infratest: Masina electrica – Vocea consumatorului

Roland Berger Strategy Consultants

Roland Berger Strategy Consultants este una dintre cele mai mari firme de consultanta la nivel mondial si cea mai mare de origine europeana. Fondata in Germania in anul 1967, compania cuprinde in prezent peste 2,000 de angajati si 36 de birouri in 25 de tari. Roland Berger Strategy Consultants a fost prima companie de consultanta in management de talie internationala care a deschis un birou permanent in Bucuresti, in 1992.

***Pentru mai multe informatii va rugam vizitati site-ul nostru
www.rolandberger.ro sau contactati:***

Roland Berger Strategy Consultants
Codrut Pascu
Managing Partner

Str. Dr. Burghelea nr. 5
Tel. +40 21 306 05 00

Andreea Stan
Marketing Advisor

Str. Dr. Burghelea nr. 5
Tel. +40 21 306 05 54
andreea_stan@ro.rolandberger.com