



ÉcoHack-ta-ville Ottawa – Présentation finale groupe 1

LA PROBLÉMATIQUE (1/2)

**Problème : Prévalence des véhicules à combustible fossile à Ottawa
(trop peu de personnes conduisent des véhicules électriques)**

Victimes : Toute la population, en particulier les communautés à faible revenu, l'environnement (augmentation des émissions).

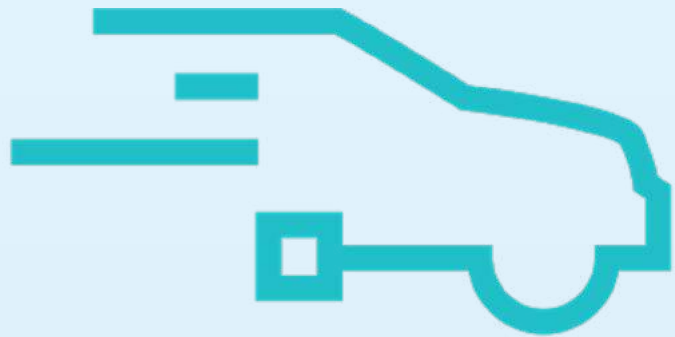
LA PROBLÉMATIQUE (2/2)

Obstacles majeurs :

- La technologie des voitures à combustible fossile est mieux établie
 - Le·La consommateur·trice est plus habitué·e aux véhicules à combustible fossile
 - Les consommateurs·trices ne comprennent pas suffisamment la technologie et ne sont pas suffisamment conscient·e·s de la simplicité des VE.
 - Manque de représentation des VE dans de nombreuses communautés
 - **Une plus grande variété et une plus grande disponibilité des voitures à combustible fossile, surtout à des prix plus bas.**
 - Nombreuses stations-service, moins de chargeurs
- Obstacles pour les client·e·s potentiel·le·s de VE
 - De nombreux concessionnaires sont moins disposés à vendre des VE en raison de la réduction des bénéfices sur l'entretien.
 - Pas assez d'expérience pratique avec les VE
 - Campagnes de désinformation autour des VE
 - Manque d'influenceurs sociaux et de voix de confiance qui font des VE une option accessible pour le grand public.

LES SOLUTIONS ACTUELLES

- En ce qui concerne la disponibilité des véhicules, il existe plusieurs OBNLs qui proposent des listes en ligne des véhicules disponibles au Canada, mais aucun d'entre eux ne fournit de données en temps réel sur les véhicules disponibles.
- TrueCar existe sur le marché américain et permet aux clients de trouver des véhicules réels.



PLUG 'N DRIVE



LES SOLUTIONS ACTUELLES

Il existe des sites Web au Canada qui répertorient les véhicules VE d'occasion et les concessionnaires de VE.

- evnet.ca
- driveelectricautos.com

The screenshot shows the 'electric vehicle network' website. The header includes the logo, a phone number '1 (800) 387-9391', and social media icons. A navigation menu has options for 'LEARN', 'RENT', 'BUY', 'SERVICE', 'NETWORK', and 'CONTACT'. The main banner features a blue car with the text 'BUY USED ELECTRIC CARS' and two buttons: 'BOOK YOUR EV TEST DRIVE' and 'BOOK YOUR EV RENTAL'. Below the banner, there are filters for 'MILEAGE' and 'LOCATION' (St. John's, Toronto). A search result for a '2018 Tesla Model 3 Long Range AWD' is displayed with a price of '\$57,450', mileage of '75800 KM', and location 'Toronto'. A chatbot icon is visible in the bottom right corner.

The screenshot shows the 'Drive Electric Autos' website. The header includes the logo and navigation links for 'NEW ELECTRIC', 'USED ELECTRIC', 'WHY DRIVE ELECTRIC', 'INCENTIVES', 'CHARGING', 'EV COST CALCULATOR', 'LOCATIONS', and 'FAQ'. The main banner features a blurred image of electric cars with the text 'ONTARIO PROVINCE'. Below the banner, there are three dealership listings: '401 Dixie Hyundai' (1800 Toyo Circle, Mississauga, ON, L4W 0E7, Canada), '417 Infiniti Nissan' (1599 Star Top Rd, Gloucester, ON, K1B5P5, Canada), and 'Wellington Motors' (935 Woodlawn Road West, Guelph, ON N1K 1B7). A chatbot icon is visible in the bottom right corner.

LES SOLUTIONS ACTUELLES

Il n'y a actuellement aucune organisation nationale qui défend les VE auprès des principaux influenceurs. Rien ne cible directement qui achète un VE et pourquoi.



L'ÉCART ENTRE CE QUI EXISTE ET LES PERSONNES PRINCIPALEMENT AFFECTÉES? QUELS SONT LEURS PRINCIPAUX BESOINS?

- Les acheteurs potentiels de VE ne peuvent pas accéder aux véhicules disponibles sur leur marché. Il est souvent difficile de trouver des VE et il est difficile de s'adresser directement à certains concessionnaires.
- Les acheteurs ont besoin d'un moyen de trouver les VE disponibles dans les marchés du Canada.
- La connaissance des VE et de leur entretien est faible, voire inexistante, dans certaines régions. Il existe des marchés où il y a très peu d'adopteurs précoces de véhicules électriques.
- Il y a un besoin d'ambassadeurs de VE dans les communautés mal desservies du Canada. Comment pouvons-nous mettre en contact les amateurs de VE avec ceux qui connaissent peu les véhicules ?
- Le marché canadien manque d'influenceurs clés qui pourraient contribuer à l'adoption généralisée des VE dans tout le pays. Ces personnes d'influence devraient être issues de différents secteurs et professions afin de toucher tous les milieux (c'est-à-dire les personnes célèbres et celles de votre cercle social).

QUELLES SONT LES ZONES D'IMPACT (1 à 3) À PRIORISER? ET POURQUOI?

1 - Mentorat avec des propriétaires de VE

La recherche a montré que les essais routiers et les conversations individuelles avec les propriétaires ont une grande influence. La tâche consiste à déterminer les mécanismes qui nous permettraient d'étendre ces interactions au plus grand nombre de consommateurs·trices possible. Il pourrait être intéressant de s'appuyer sur le modèle de l'AVÉQ pour les essais de véhicules.

2 - Cartographie des véhicules disponibles

Cet outil de cartographie en ligne permettrait aux consommateurs·trices de se frayer un chemin dans le dédale des concessionnaires pour trouver ceux qui proposent les véhicules recherchés.

QUELLES SONT LES ZONES D'IMPACT (1 à 3) À PRIORISER? ET POURQUOI?

3 - Identifier les influenceurs clés et les voix de confiance

Il est difficile de sortir de la communauté de l'environnement pour toucher le grand public, mais nous devons atteindre le grand pourcentage de la population qui n'est pas actif dans le mouvement environnemental.

Il existe un certain nombre d'influenceurs qui peuvent contribuer à amplifier le message : il peut s'agir de passionné·e·s d'automobile, de membres de confiance de leur cercle social ou de personnalités publiques telles que des politiciens, des personnalités des médias ou des sportifs·ves.

NOS APPRENTISSAGES DURANT LE PROCESSUS ET CE QUE NOUS UTILISERONS DANS LE FUTUR

Processus	Sensibilisation et information sur les VE
Les meilleures idées sont issues des discussions, ce qui permet de mieux comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas	La sensibilisation locale est importante, mais elle devrait également être liée aux programmes nationaux
Il existe des solutions locales qui ont le potentiel de s'étendre à l'échelle locale, plutôt que nationale	Des partenariats sont nécessaires pour étendre le projet
La diversité des parties prenantes permet d'analyser un problème sous différents angles.	
Les parties prenantes réunies notent qu'il y a encore des parties prenantes qui ne sont pas à la table (locataires, communautés à faibles revenus).	Il existe de nombreux exemples de programmes mis en œuvre dans d'autres parties du monde, dont nous pouvons nous inspirer.