

Olivier Mesly: Přijetí elektromobilů pod nátlakem je z pohledu marketingu katastrofální nesmysl

- CZ24 News | 24. dubna 2023

EU: S blížícím se rokem 2035 by se spotřebitelé měli snažit udržovat svá vozidla se spalovacími motory v co nejlepším stavu, aby si jednoduše zachovali svobodu, kterou si po mnoho let užívali.

Na konci března 2023 přijala Evropská unie (EU) nařízení, které od roku 2035 [zakazuje prodej automobilů s emisemi CO₂](#) a nutí spotřebitele kupovat elektromobily. V roce 2020 bylo z přibližně 250 milionů automobilů na silnicích v EU [téměř 1,5 milionu elektrických](#), což představuje 0,6 % celkového trhu. Tento podíl se v příštích několika letech zvýší, protože evropští výrobci automobilů, jako jsou Volkswagen a Renault, uvádějí na trh stále více elektromobilů a podporují je rozsáhlými reklamními kampaněmi, píše profesor marketingu [Olivier Mesly](#) v článku pro *The Conversation*.

Mezi výhody elektromobilů, jak je inzerují nebo propagují vlády a výrobci automobilů, patří bezproblémová jízda (pravda), údajně vynikající kvalita (která bude podle reklamy stále lepší) a skvělá funkčnost (protože se v Evropě buduje stále více dobíjecích stanic), dobrý poměr ceny a výkonu (což je pravda pouze v případě, že kupující dostávají dotace od svých vlád a pokud nebereme v úvahu, že každých pět nebo šest let je třeba koupit novou baterii) a nižší dopad na životní prostředí (což je třeba ještě prokázat).

Z marketingového hlediska je skutečnou výzvou vsadit na to, že lidé budou spoléhat téměř výhradně na budoucí výhody. Nařízení EU je v rozporu se základním principem marketingu a klasické ekonomické teorie: svobodnou volbou spotřebitele. Rovněž zkresluje produkt, což, jak všichni odborníci vědí, může spotřebitele zklamat. Lidé si nekupují auta, ale svobodu.

Potřeba odborných znalostí v oblasti time managementu

Auto je skutečně zárukou svobody: dává vám možnost pohybovat se, kdykoli chcete, s výhodami i nevýhodami, které předem znáte a které jste přijali, protože výhody výrazně převažují nad nevýhodami. Svoboda získaná s vozidly na benzinový pohon není mlhavou představou budoucnosti: zhmotňuje se v současnosti.

Když si člověk koupí elektromobil, nutně si kupuje doplňkové produkty: nabíjecí kabel, nabíjecí stanici nebo přístup k ní (s nabíjecí kartou, nebo spíše s několika nabíjecími kartami vzhledem k nejednotnosti norem pro nabíjení) a baterii. Spotřebitelé jsou vystaveni těmto omezením: nebudou moci nabíjet své vozidlo na nabíjecím místě kdykoli budou chtít, bude potřeba bezpečné a dobře osvětlené místo (kde jim zlomyslní jedinci nepoškodí kabely, nepřestřihnou je, neodpojí je – protože je skutečně možné je od nabíjecího místa odpojit – a/nebo je neukradnou).

Elektromobily také způsobují potíže zdravotně postiženým nebo starším lidem (kterých bude v Evropě v roce 2035 více než dnes). Hmotnost nabíjecího kabelu se liší podle jeho typu a délky, ale obecně je třeba počítat s tím, že člověk musí zapojit své svaly, aby zvládl 2-5 kg (až do více než

10 kg). Zdravotně postižení, zranění, těhotné a starší osoby se musí dostat ke kabelu, který zabírá místo v zavazadlovém prostoru, přemístit jej k nabíjecímu místu a zapojit (navzdory artritidě, berlím nebo bolestem kyčlí a kolen), a to pouze v případě, že parkovací místa v okolí nabíjecích míst jsou pro tyto zranitelné osoby uzpůsobena, což v současné době není.

Kromě toho kupující potřebují telefon nebo počítač, aby mohli vyhledat nabíjecí stanice (ty, které jsou funkční a mají správnou zástrčku) a vypočítat trasu. S trochou nadsázky řekněme, že před koupí elektromobilu byste se měli ujistit, že máte doktorát z time managementu a v batohu přenosnou jadernou elektrárnu. Všechny tyto nežádoucí vlastnosti elektromobilů jsou tedy určitou formou skryté daně, takže evropský text ukládá spotřebitelům více nevýhod než výhod.

Auta jsem [nazval](#) balíčkem NGP. To znamená, že spotřebitelé si je kupují, aby uspokojili své potřeby (N: needs) – aby se mohli pohybovat –, aby dosáhli svých cílů (G: goals) – aby získali svobodu – a aby vyhověli svým preferencím (P: preferences) – aby se nemuseli obtěžovat s přístupem ke zdroji energie. Každý prvek, N/G/P, je klíčovým faktorem při rozhodování o koupi a vše, co tuto křehkou rovnováhu ohrožuje, vyvolává u spotřebitelů obavy. Vzhledem k současným (a pravděpodobně i budoucím) charakteristikám dodávek a infrastruktury pro elektromobily je každý prvek N/G/P ohrožen: kupující je extrémně zranitelný vůči neočekávaným událostem, jako je delikventní chování, povětrnostní podmínky, nabíjecí stanice a případně hodiny čekání na technický servis v případě problémů.

Vše výše uvedené je v rozporu s rozumným marketingem: to je pravděpodobně důvod, proč EU musí používat nátlak, aby podpořila zavádění elektrických vozidel. Marketing výrobků s takovými nevýhodami je obrovský problém.

Pochybné porozumění spotřebiteli

Koncepce elektromobilů by také mohla způsobit několik sociálních problémů. Až budou spotřebitelé unaveni čekáním ve frontě na přístup k nabíjecí stanici, mohou se rozzlobit. Obyvatelé domů by se také mohli hádat o instalaci kabelů k nabíjecím stanicím (umístění, cena, dopad na budovu, náklady a důsledky instalace atd.). Nabíjecí stanice se stanou nástrojem moci mezi konfliktními vlastníky, pokud bude ovšem na pozemku dostatek místa pro jejich umístění.

S blížícím se rokem 2035 by se proto spotřebitelé měli snažit udržovat svá vozidla se spalovacími motory v co nejlepším stavu, aby si jednoduše zachovali svobodu, kterou si po mnoho let užívali. Mohl by se také rozvinout černý trh s bateriemi, nabíjecími stanicemi a kabely (včetně kradených), ale také se spalovacími vozidly.

Lidé, kupující si elektromobily a široká veřejnost, tak mohou zjistit, že veřejná politika jim příliš nepomohla. Spotřebitelé se pravděpodobně budou cítit poškozeni rozhodnutím EU, které odráží pochybné chápání spotřebitelského chování. Čína, která má [zásoby vzácných minerálů](#) nezbytných pro výrobu baterií a přístupová práva k různým dolům v Africe, by se pak zdála být velkým vítězem této evropské ambice.

AUTOR: Olivier Mesly

[ZDROJ](#)