

- Étude internationale sur les usages de la voiture autonome -

73 % des Français intéressés par un véhicule pour « dormir et de se relaxer »

Le véhicule autonome n'est plus un scénario de science-fiction. Pour 67 % de Français, c'est même une issue réaliste. Si la technologie prend le relai sur la conduite, les utilisateurs gagneront du temps qu'ils pourront utiliser à d'autres fins. La question de la mise à profit du temps gagné se pose alors pour les utilisateurs : quels équipements, pour quels usages et à quel prix ?

Oresys, via son réseau Cordence Worldwide, a interrogé les automobilistes français, allemands, américains, chinois et japonais sur leurs usages et attentes vis à vis des véhicules autonomes*.

Parmi les grands enseignements de cette étude internationale :

- Si 50 % des automobilistes de ces 5 pays attendent avec impatience l'arrivée des véhicules autonomes, et notamment pour un usage de relaxation, ils sont beaucoup plus réticents à mettre le prix dans des équipements dédiés et en particulier les Français.
- Le taxi autonome trouve son public (37 % d'acceptation), notamment au travers des concepts de « voiture silencieuse » ou de « taxi touristique ». Les Français sont particulièrement sensibles à la notion d'auto-partage.
- En termes de priorités commerciales et d'expérimentations, les constructeurs et équipementiers ont intérêt à se tourner en priorité vers le marché chinois et vers des services de relaxation.

Voiture autonome : 1 automobiliste interrogé sur 2 la plébiscite pour un usage de relaxation

Le taux d'acceptation de ces véhicules autonomes augmente significativement pour les familles, les jeunes, les habitants des grandes villes, mais aussi pour les personnes estimant passer quotidiennement trop de temps dans une voiture (plus de 95 minutes/jour), en particulier les américains.











Que faire du temps gagné grâce à la conduite autonome ? L'étude propose aux automobilistes d'évaluer cinq typologies d'usages, sélectionnés sur la base de l'étude « Value of Time » précédente réalisée en 2016. **Tous pays confondus, l'usage « dormir et se relaxer » est le plus plébiscité (47 %), juste devant « se divertir » (40 %), « manger et boire » (38%) et « travailler et être productif » (36 %),** alors que « beauté, bien-être et fitness » arrive bon dernier de ce classement (23 %). Il est néanmoins à noter que lorsque le nombre de passagers augmente (plus de 2 personnes), les usages changent : « se divertir » passe en première position (64 %), suivi de « manger ou boire » (55 %) et largement avant « dormir et se relaxer » (41 %). De la même manière, l'usage « travailler et être productif » est plus fortement plébiscité (61 %) dans le cadre de déplacements professionnels de plus d'une heure.

Du fait d'une réelle appétence pour un véhicule autonome dédié à la relaxation, tous **les équipements et options liés au confort** (fauteuil permettant une position assise ou allongée

confortable, écrans, et trajets silencieux) sont les plus attendus par les personnes interrogées, qui configureraient en priorité leur véhicule personnel avec des sièges confortables pour se relaxer ou travailler (57 %) et permettant de voyager tranquillement (56 %).

En termes de prix, **la susceptibilité de payer pour des équipements individuels correspondant à ces usages reste basse à hauteur de moins de quelques centaines d'euros**, et seuls 5 % des participants sont prêts à payer plus de 1 000€. Néanmoins, les automobilistes qui estiment passer trop de temps dans leur voiture sont prêts à déboursier davantage (15% seraient prêts à payer plus de 500€ contre 7%).

Ces chiffres sont également à nuancer par pays. En effet, seuls 50 % des français semblent prêts à payer pour un assistant virtuel, équipement pour lequel moins de 5 % déboursieraient plus de 500€, alors que les chinois, enthousiastes, sont 82 % à accepter de payer pour ce type d'équipement, et 12% seraient même prêts à déboursier plus de 500€.

Comparatif international			
Les plus fort potentiel de développement (73% sont enthousiasmés par le véhicule autonome)		Les moins réceptifs aux véhicules autonomes (35% sont enthousiasmés par le véhicule autonome)	
Les plus susceptibles de payer pour des équipements (86% seraient prêts à payer plus de 100€ contre 65% dans les autres pays)		Les moins susceptibles de payer pour des équipements (30% seraient prêts à payer plus de 500€ contre 53% dans les autres pays)	
Les plus sensibles aux questions de sécurité		Les moins enclins à payer cher pour des options	
Les plus sensibles à l'auto-partage (42% l'utiliseraient contre 38% dans les autres pays)		Les moins sensibles à l'auto-partage	
Les plus favorables aux options liées au travail et à la productivité		Les moins favorables aux options proposées	

Taxis autonomes : le véhicule silencieux et le taxi touristique plébiscités

Ces « taxis à thème », véhicules autonomes équipés de manière à répondre spécifiquement à un besoin ou usage particulier et disponibles à la demande, sont relativement populaires auprès des participants : 37 % sont favorables au concept.

En ce qui concerne les usages, **le « véhicule silencieux » remporte le plus de suffrages (61 %) devant le « taxi touristique » (52 %)**, véhicule qui donnerait des indications sur les lieux traversés, et le « taxi restaurant » (35 %). Étonnamment, le « taxi bien-être » arrive en 5^{ème} place, juste après le « taxi cinéma », alors que les usages liés à la beauté et au bien-être pour un véhicule personnel ne sont pas les plus attendus.

Concernant le paiement de ces taxis à thème, **39 % des répondants préfèrent une « tarification au trajet »**, devant une tarification à la durée (23 %), un prix fixe (22 %) ou une tarification à la distance (16 %).

« Les changements imminents dans les systèmes de transport impliquent une forte demande pour de nouvelles solutions de mobilité y compris pour les véhicules autonomes. Les véhicules partagés présentent le plus de potentiel pour réduire durablement le volume du trafic et pallier aux problématiques de parking. De nouveaux business models et des services de mobilité autonome, tels que les robots-taxis, peuvent aussi voir le jour. Il n'y a pas de limite quand on parle de créativité ! »
analyse Stéphane Phoummasak, manager du cabinet de conseil Oresys et coordinateur de l'étude en France.

Le taxi à thème : l'exception culturelle française

L'une des caractéristiques de l'échantillon français est que les membres de ce groupe sont très désireux d'utiliser des options de partage et seraient même prêts à renoncer à leur véhicule personnel. C'est donc sur ce marché qu'on observe le plus fort potentiel en ce qui concerne le concept des taxis à thème autonomes. Sur ce type de véhicule, c'est le « taxi de tourisme » qui a le plus la cote auprès des Français (il est plébiscité à 67 %), ce taux d'acceptation étant de 20 points supérieur à celui des Allemands, des Chinois et des Japonais.

« L'auto-partage - le covoiturage ou les offres de location de véhicules de courte durée entre particuliers - est déjà très répandu en France. C'est pourquoi le véhicule autonome peut être une opportunité de développer davantage les offres existantes, car les français seraient prêts à les utiliser », résume Hervé de Perthuis, Associé au sein du cabinet Oresys.

Une approche marketing spécifique à envisager pour chaque groupe cible

Compte-tenu de son appétence pour les nouvelles technologies et la volonté de payer pour faire équiper des véhicules autonomes, **la Chine peut devenir un marché de premier plan pour l'innovation automobile**. Que ce soit en termes de véhicules privés ou partagés, les entreprises du marché ont l'opportunité d'adapter leur offre de produits et de services aux attentes spécifiques du marché chinois. **Les États-Unis constituent l'autre marché à fort potentiel**. De par la volumétrie de son marché, des temps de trajets longs, ou encore de l'importance attachée à la possession d'un véhicule privé, on peut y prédire une forte demande pour les véhicules avec des fonctions de conduite automatisées.

Outre ces spécificités par pays, certains groupes cibles ont été identifiés via cette étude comme étant à adresser en priorité : **les familles, les résidents des grandes villes, les moins de 45 ans, et les foyers à haut revenu**.

« Cette étude établit que les constructeurs et équipementiers ont tout intérêt à développer une stratégie complète pour développer et équiper des véhicules adaptés aux usages 'dormir et se relaxer' et 'travailler et être productif'. Sur le terrain du taxi autonome comme solution de mobilité, les opérateurs ont intérêt à se positionner dans un premier temps sur des services tels que la 'voiture silencieuse' ou 'le véhicule touristique' », conclut Hervé de Perthuis, Associé d'Oresys.

Méthodologie de l'étude

Enquête réalisée en septembre 2017 par l'Institut Fraunhofer et les partenaires du réseau de cabinets de conseil Cordence Worldwide auprès de 2 500 personnes représentatives des populations françaises, américaines, allemandes, chinoises et japonaises de 18 ans et plus. Analyse dans une étude détaillée rédigée en 2018.

A propos d'Oresys

Créée en 1981, Oresys est une société indépendante reconnue comme un acteur majeur du conseil en management, organisation et système d'information. Oresys est une société de conseil à dimension internationale, implantée en France, Belgique, Suisse et présente dans 22 pays à travers l'alliance Cordence Worldwide dont elle est membre fondateur. Le cabinet, qui regroupe

aujourd'hui 330 collaborateurs en France, intervient dans tous les secteurs économiques et assiste les directions métiers et fonctionnelles des entreprises dans la mise en œuvre de leurs stratégies. Au quotidien, il aide ses clients à réaliser leurs projets de transformation, à piloter leurs activités et à améliorer leur performance. Oresys se revendique comme une entreprise confiante depuis sa création et s'attache à mettre en lumière cette pratique managériale au cœur de la performance de ses clients depuis plus de 30 ans. <http://www.oresys.eu/>