

Dans une nouvelle étude intitulée "What's Ahead For Car Sharing?", le Boston Consulting Group (BCG) analyse les perspectives du secteur de l'autopartage et son impact sur les ventes de voitures d'ici 2021. L'autopartage, qui consiste à bénéficier d'une voiture en libre-service (à distinguer du covoiturage) est un service en pleine explosion, en France et dans le monde entier.



C'est en Europe que l'autopartage génère le plus de revenus

2.1 MDS
de CA en 2021



Europe

1.5 MD
de CA en 2021



Asie Pacifique

1.1 MD
de CA en 2021



Amérique du Nord

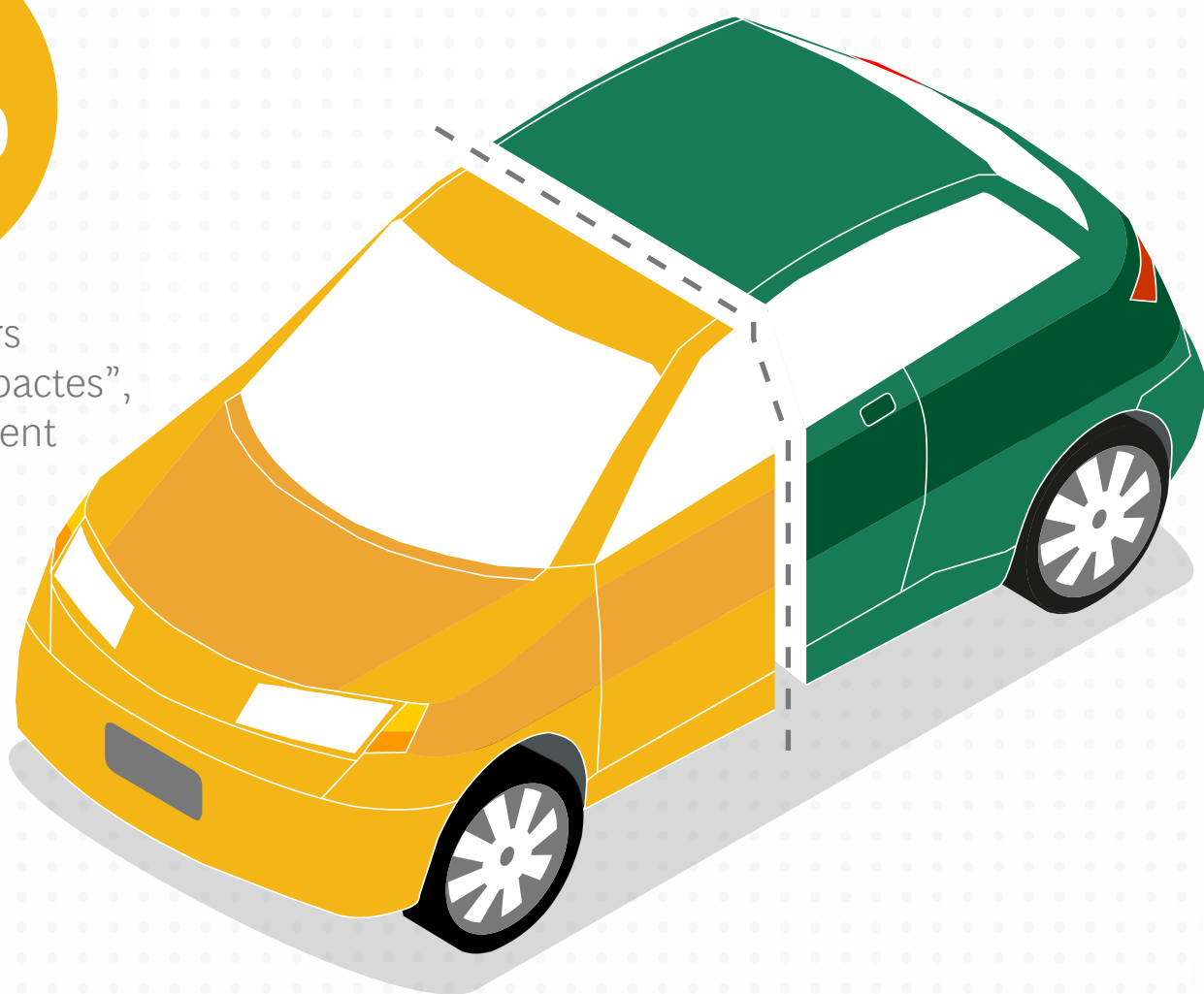
i Avec 2,1 milliards de chiffre d'affaires, l'Europe sera le premier continent en matière d'autopartage d'ici 2021. En tout, pas moins de 2,1 millions d'Européens bénéficieront de ces voitures en libre-service, grâce à un parc de 31 000 voitures dédiées.



L'autopartage synonyme d'économies pour certains conducteurs

Pour
46%

... des conducteurs de "voitures compactes", l'autopartage revient moins cher que l'acquisition et l'entretien d'un véhicule.

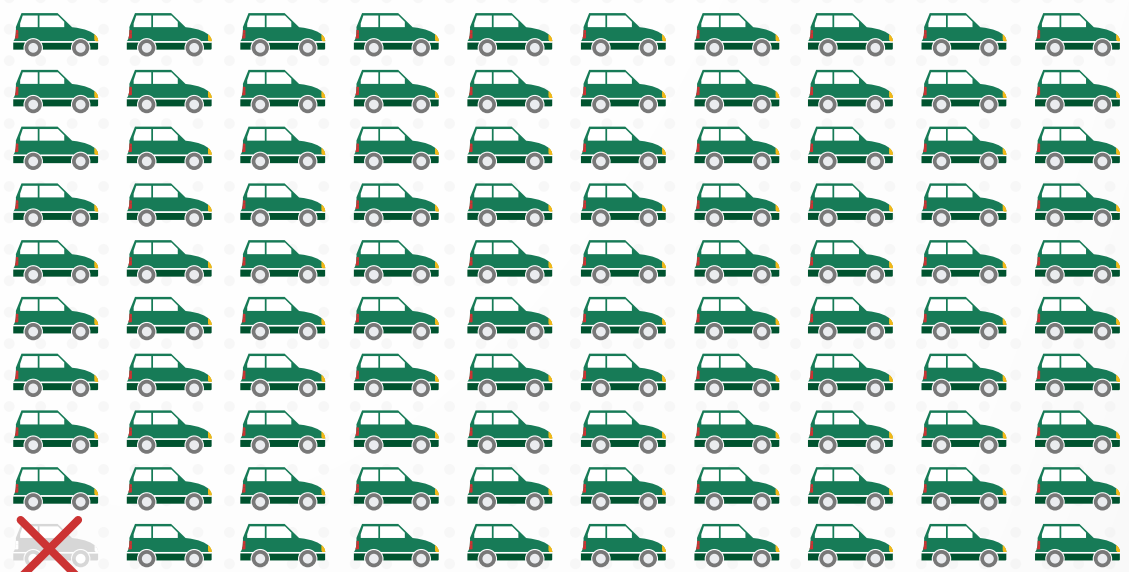


i Le chiffre grimpe même à 85% des utilisateurs de "voitures berlines", pour qui l'autopartage est plus intéressant que l'acquisition d'un véhicule.



Un impact réel mais limité sur l'industrie automobile

550 000
ventes de véhicules en moins d'ici 2021



soit 1%
des ventes mondiales

i Le phénomène de l'autopartage pourrait entraîner une baisse limitée des ventes de véhicules neufs estimée à 550 000 unités d'ici 2021 (sur 3,431 millions de voitures vendues sur la même période), soit environ 1% des ventes mondiales.

Center for Digital in Automotive

La publication de *What's Ahead for Car Sharing? The New Mobility and Its Impact on Vehicle Sales* marque le lancement du Center for Digital in Automotive (CDA), une collaboration entre The Boston Consulting Group et BCG Digital Ventures. CDA combine l'expérience de BCG dans les secteurs de la stratégie numérique, des opérations et de l'industrie automobile et de la mobilité avec l'expertise de BCG Digital Ventures dans le capital investissement et le développement d'activités numériques. Il travaille en partenariat avec les entreprises de l'industrie automobile au sens large pour identifier et développer des activités nouvelles liées au numérique et résoudre les défis critiques de l'innovation numérique dans toutes les fonctions, qu'elles soient internes ou au contact des clients.