

## Persbericht

---

Contact: Isabel Box  
Title: Marketing & Communications Manager  
Tel: +32 (0)2 302 25 51  
Mobile: +32 (0)485 31 79 63  
Email: [ibox@deloitte.com](mailto:ibox@deloitte.com)

---

### Consumentenvertrouwen in autonome voertuigen in de lift

- 50% van de Belgische consumenten menen nog altijd dat zelfstandig rijdende auto's niet veilig zullen zijn
- Belgische consumenten verkiezen traditionele autofabrikanten boven technologiebedrijven
- Jongeren zijn meer geneigd om zelfrijdende technologie te aanvaarden

#### Brussel – 17 januari 2018

Consumenten beginnen warm te lopen voor het concept van volledig autonoom rijdende voertuigen, maar voor de constructeurs liggen er nog enkele drempels te wachten, aldus de "[2018 Deloitte Global Automotive Consumer Study](#)", een wereldwijd onderzoek bij autogebruikers.

#### Veiligheid eerst

Consumenten worden gestaag geruster omtrent de veiligheid van autonome voertuigen, al blijven er twijfels. Volgens de enquête van 2018 denkt de helft (50%) van de Belgische verbruikers dat zelfstandig rijdende voertuigen onveilig zijn. Dat percentage is echter beduidend lager dan in 2017, toen nog 69% geloofde dat dergelijke autonome voertuigen niet veilig zijn.

"De algemene aanvaarding van autonome technologie is in een korte periode snel toegenomen", weet Eric Desomer die de Belgische automarkt door en door kent. "Zelfsturende auto's verkeren echter nog altijd in een experimentele fase. De sector maakt zich op voor de lange cyclus van kapitaalinvestering die vereist is om de technologie voor autonome voertuigen te lanceren op de reguliere markt. En de cyclus wordt nog wat complexer: constructeurs erkennen immers ook de onmiddellijke noodzaak om te investeren in domeinen zoals elektrische krachtbronnen, geavanceerde lichtgewichtmaterialen, connectiviteit en mobiliteitsdiensten. Het is belangrijk dat de constructeurs blijven inzetten op de technologie voor autonoom rijden, ook al is het rendement nog niet voor morgen. Wie zich afwachtend opstelt in plaats van alvast maatregelen te nemen voor de lange termijn, loopt meer risico: het consumentenvertrouwen in autonome technologie zit immers in een stroomversnelling."

#### Vertrouwen opbouwen

Veel mensen stellen dat ze zouden vertrouwen op autonome voertuigen zodra die hun veiligheid bewezen hebben. In de praktijk zullen meer consumenten bij de vertrouwde merken blijven met het oog op meer geruststelling wat betreft de veiligheid van autonome technologieën. 58% van de Belgische consumenten geven aan dat ze eerder geneigd zouden zijn om met een autonome wagen te rijden als deze van een merk komt dat ze vertrouwen; in 2017 was dat nog 42%. Het consumentenvertrouwen in merken blijkt toe te nemen bij jongere consumenten: 64% van de 'Gen Y/Z'-populatie geeft aan eerder bereid te zijn met een zelfrijdende auto van een vertrouwd merk te rijden, tegenover 55% van de 'Gen X' en 49% van de consumenten uit de babyboomgeneratie of nog vroeger. "In de auto-industrie krijgt de strijd tussen merken om het vertrouwen van de consumenten te winnen een nieuw en sterker elan", zegt Eric Desomer.

In de meeste regio's zien de consumenten liefst de traditionele autoconstructeurs op de markt komen met volledig autonoom rijdende wagens. In België zou bijna de helft van de consumenten (48%) hiervoor vertrouwen op een traditionele autofabrikant, terwijl slechts één op vijf (21%) zou vertrouwen op een technologiebedrijf en één op vier (27%) op een volledig nieuwe constructeur van zelfrijdende auto's.

Vele consumenten rekenen in de eerste plaats op de regulator omdat ze niet helemaal gerust zijn in de sector. Meer dan de helft van de Belgische consumenten (54%) stelt dat ze zich comfortabeler zouden voelen bij rijden met zelfrijdende auto's indien overheden standaarden en regels zouden opleggen.

## **Voorkeuren omtrent de krachtbron**

Terwijl de bijval voor opkomende technologie in de vorm van autonome voertuigen lijkt toe te nemen, wijzen vele consumenten nieuwe krachtbronnen af ten voordele van klassieke motoren. De meeste Belgische consumenten (64%) blijven zweren bij de benzine- of dieselmotor; slechts 23% zegt bij een volgende auto voor een hybride motor te opteren. Benzine geniet de voorkeur van 43% van de Belgische consumenten; diesel valt terug tot 21%. "De besparingen van elektrische voertuigen tegenover klassieke krachtbronnen zijn voor de consumenten nog niet gunstig genoeg. En evenmin voor autoconstructeurs", zegt Eric Desomer. "Er zijn echter twee significante trends die ons dichterbij het omslagpunt kunnen brengen: lagere batterijkosten en overheidsregulering. De trend naar het verplichten van elektrische krachtbronnen – ingrijpender dan zomaar een vraag naar meer brandstofefficiëntie of lichtere CO<sub>2</sub>-afdruk – gunt de wereldwijde autoconstructeurs vooral in Europa nauwelijks een andere keuze. Als die autoconstructeurs tegelijk op grote schaal beginnen samen te werken aan de uitbouw van een netwerk van oplaadinfrastructuur en de ontwikkeling van andere meerwaardediensten die het comfort van de consument verhogen, kunnen elektrische wagens een aantrekkelijk alternatief worden voor de meeste consumenten."

Uit Deloitte's onderzoek blijkt ook dat de consumenten niet bereid zijn veel meer te betalen voor autonome voertuigen. 45% van de Belgische consumenten staan afkerig tegen hogere prijzen voor deze voertuigen. Dat geldt zelfs nog iets krachtiger voor alternatieve krachtbronnen: 55% van de consumenten zijn niet bereid extra kosten te betalen voor alternatieve krachtbrontechnologie.

Eric Desomer nuanceert: "Hoe opwindend de technologie voor autonome voertuigen ook lijkt, en ondanks de huidige stijgende belangstelling en aanvaarding van autonome technologie versus elektrische voertuigen in de geesten van de consumenten, lijken de overheidsreguleringen veeleer de investering in geëlektrificeerde technologie te forceren. Tegelijk vertellen consumenten wereldwijd consequent dat ze evenmin een meerprijs willen betalen voor autonome voertuigen. Constructeurs die in de toekomst geld willen blijven verdienen, staan dus voor moeilijke beslissingen inzake toewijzing van kapitaal én inzake businessmodel."

De studie van Deloitte suggereert dat autofabrikanten die geavanceerde autotechnologie (zoals autonome voertuigen) ontwikkelen en op de markt brengen, tegelijk ook nieuwe businessmodellen moeten creëren die een gepaste investeringsopbrengst kunnen stutten. Tot slot, en rekening houdend met de ruim 1 miljard klassieke voertuigen die vandaag wereldwijd in gebruik zijn, en met de tientallen miljoenen wagens die jaarlijks verkocht blijven worden (en die allemaal nog ruim een decennium moeten meegaan), zal het nog een tijdje duren voordat het keerpunt is bereikt in de transformatie tot aanvaarding van meer autonoom rijdende voertuigen en voertuigen met elektrische krachtbron. Autoconstructeurs moeten blijvende innovatie en nieuwe businessmodellen afwegen tegenover de behoefte om hedendaagse consumenten te verleiden en te bedienen met verbeterde technologie waarvoor ze op korte termijn wél willen betalen, zoals veiligheid.

####

## **Over de Global Automotive Consumer Study**

In het kader van continue beoordeling van het consumentengedrag heeft Deloitte onlangs ruim 22.000 consumenten uit 17 landen wereldwijd ondervraagd om klaarheid te scheppen in hun voorkeuren inzake een waaier van kernvragen betreffende de automobielsector. Het globale doel van het onderzoek is antwoorden te vinden op belangrijke vragen teneinde bedrijven te helpen prioriteiten te stellen voor hun strategieën en investeringen, en zich beter te positioneren.

## **Deloitte in België**

Deloitte is met meer dan 3.800 medewerkers en 11 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, juridisch en belastingadvies, consulting en financial advisory services.

Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2017 werd een omzet gerealiseerd van 480 miljoen euro.

Deloitte Belgium CVBA is de Belgische verbonden onderneming van Deloitte NWE LLP, een lid van Deloitte Touche Tohmatsu Limited die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van meer dan 263.900 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2017 bedroeg de omzet meer dan 38.8 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere member firms binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar member firms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar member firms.