

Communiqué de presse

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

Étude Deloitte : les voitures autonomes changent les règles du jeu du secteur automobile

43% des consommateurs belges craignent que les VA ne seront pas sûrs

Bruxelles, le 24 janvier 2019 - D'après la « 2019 Deloitte Global Automotive Consumer Study », l'intérêt des consommateurs pour les véhicules autonomes (VA) est à la traîne par rapport au rythme des investissements dans le technologie automobile poussée.

- En Belgique, 43% des répondants à l'enquête ne pensent pas que les VA seront sûrs.
- Seul un tiers (33%) des consommateurs remettrait en question la nécessité d'être propriétaire de son véhicule.
- 43% des consommateurs belges considèrent atteindre sa destination le plus rapidement possible l'aspect le plus important de la mobilité.
- Les consommateurs sont de plus en plus méfiants des fabricants d'équipements d'origine traditionnels qui introduisent la technologie audiovisuelle sur le marché, en passant de 48% en 2018 à 31% en 2019. La confiance accordée aux nouveaux acteurs de la technologie est supérieure à celle des fabricants traditionnels
- 32% des Belges préféreraient un groupe motopropulseur non traditionnel tandis que 62% continuent à faire confiance à un moteur à essence ou diesel.

La confiance des consommateurs dans les véhicules autonomes (VA) stagne. En Belgique, 43% des répondants à l'enquête ne pensent pas que les VA seront sûrs, soit une légère diminution par rapport aux 50% de l'année dernière. Ce pourcentage est radicalement différent de l'opinion des consommateurs en 2017, lorsque 69% d'entre eux exprimaient leurs préoccupations quant à la sécurité de ces véhicules. D'autres marchés marquent également le pas, puisque le pourcentage de consommateurs en Chine, au Japon et en Corée du Sud qui estiment que les VA ne seront pas sûrs n'a que légèrement diminué. Quant aux consommateurs en Inde et en Allemagne, ils sont un peu plus nombreux à faire preuve de méfiance.

« Les véhicules autonomes entrent dans le concret des essais pilotes et sont dès lors confrontés aux défis que cela comporte. Une série d'incidents très médiatisés a peut-être contribué à la perte de confiance des consommateurs dans l'étude de cette année, mais on constatera probablement une tendance à plus long terme vers une acceptation progressive. La partie de la population qui se servira de la voiture autonome augmentera dans l'avenir (les personnes âgées, les personnes handicapées, les jeunes, etc.) », explique Eric Desomer, responsable du secteur automobile chez Deloitte Belgique.

Facteurs décisifs d'un choix pour les options de mobilité avancé

Les consommateurs ont désormais plus de choix que jamais en matière de mobilité, qu'ils optent pour l'achat, le leasing ou la location d'une voiture, ou quand ils décident sur le mode de transport pour leurs déplacements.

Suite à cette abondance de possibilités, les consommateurs sont confrontés à tout un éventail de prises de décisions:

- **Tendances irrégulières de l'ubérisation:** En 2017, 7% des consommateurs belges recouraient à l'ubérisation au moins une fois par semaine et 17% occasionnellement. Ces résultats diffèrent de ceux de notre étude 2019, où le pourcentage d'utilisateurs réguliers est tombé à 2%, tandis que celui des utilisateurs occasionnels a quasi doublé (27%).
- **Fossé générationnel :** Par rapport aux personnes plus âgées, les jeunes consommateurs ont davantage tendance à s'interroger sur la nécessité des voitures individuelles. Le Japon se trouve en tête de cette tendance avec 60% des générations Y et Z s'exprimant positivement à cet égard. En Belgique, l'enquête ne constate aucune différence générationnelle et seul un tiers (33%) des consommateurs s'y interroge.
- **Le véhicule individuel continue à enregistrer un score élevé dans plusieurs catégories :** Les autres types de mobilité (ex. ubérisation, taxi) sont confrontés à des défis au niveau de la perception du coût, de la sécurité, du respect de l'environnement et de la fiabilité. Par exemple, plus de la moitié des consommateurs ne s'intéresse pas au covoiturage et rechigne à l'idée de partager un espace restreint avec des étrangers.

Outre les nouvelles options de transport, la **connectivité** offre une série d'autres possibilités aux consommateurs qui achètent un véhicule:

- **Principales priorités:** L'intérêt pour les possibilités de connexion, notamment pour repérer les embouteillages et la sécurité de réseau routier, est, par exemple, universellement élevé, puisque 69% des consommateurs belges recherchent ces fonctionnalités. Cela cadre parfaitement avec ce que 43% des consommateurs belges considèrent comme l'aspect le plus important de la mobilité : atteindre sa destination le plus rapidement possible.
- **Points positifs et négatifs de la collecte de données et de la protection de la vie privée:** Les capteurs des véhicules connectés obtiennent des informations tant sur les performances du moteur et les statistiques opérationnelles que sur la géolocalisation et le bien-être des occupants. Quelque 40% des Belges s'inquiètent du risque que présente la collecte d'informations personnelles par un véhicule connecté et leur partage avec des tiers.
- **Réticence à payer pour davantage d'options:** Le consommateur convaincu par une fonctionnalité ne l'est pas nécessairement par le prix. Un tiers (33%) des consommateurs belges n'est pas prêt à payer davantage pour un véhicule connecté et une proportion légèrement plus élevée d'entre eux (56%) n'est prête à payer que maximum 1.200 euros.

« Les véhicules connectés, électrifiés et autonomes présentent un formidable intérêt pour la société, mais les consommateurs sont susceptibles de n'adopter que lentement ces progrès technologiques à grande échelle, à moins qu'ils améliorent clairement et indiscutablement la sécurité, le coût, le confort et l'expérience du client et qu'ils proviennent d'une marque dans laquelle ils ont confiance », précise **Eric Desomer**, responsable du secteur automobile chez Deloitte Belgique.

En qui les consommateurs ont-ils confiance ?

Lorsque les consommateurs considèrent l'avenir de l'automobile, ils n'associent pas toujours les technologies émergentes aux constructeurs automobiles traditionnels. En Belgique, les consommateurs qui déclarent faire confiance aux fabricants d'équipements d'origine (FEO) traditionnels pour introduire la technologie VA contre cesse de diminuer, passant de 48% en 2018 à 31% en 2019. D'autre part, un nouveau constructeur spécialisé dans les véhicules autonomes récolte de plus en plus la confiance des consommateurs, passant de 27% en 2018 à 37% en 2019.

Face à ce manque persistant de confiance du secteur privé, les consommateurs attendent des autorités qu'elles renforcent la réglementation. Une grande majorité d'entre eux dans la plupart des pays, dont 63% en Belgique, exigerait une « importante supervision ».

Les véhicules hybrides et électriques peinent toujours à susciter l'intérêt

Partout dans le monde, les consommateurs considèrent désormais les véhicules hybrides comme une option viable, mais les véhicules électriques (VE) demeurent confrontés à certains obstacles.

En Belgique, 32% des consommateurs accorderaient leur préférence à un groupe moteur non traditionnel, tandis que 62% d'entre eux préfèrent un moteur essence ou diesel.

Par exemple sur le marché américain, le carburant à faible prix, les normes d'émissions peu strictes et l'absence d'incitants fiscaux limiteront probablement le nombre de VE, alors qu'il en ira sans doute différemment dans d'autres régions.

Les pays européens comme la Norvège, le Royaume-Uni, la France et les Pays-Bas ont annoncé leur volonté d'interdire la vente de véhicules à essence ou diesel conventionnels au cours des deux ou trois prochaines décennies. Ces deux régions du monde sont sans doute vouées à connaître une adoption plus importante des VE, mais le changement ne se fera probablement pas dans l'immédiat. Cela s'explique par le fait que les véhicules traditionnels représentent actuellement l'essentiel des voitures en circulation et que ces voitures ont une espérance de vie de plus de 10 ans.

À propos de la « Global Automotive Consumer Study »

En septembre et octobre 2018, Deloitte a interrogé plus de 25.000 consommateurs dans 20 pays pour connaître leurs préférences au sujet d'un éventail de questions cruciales impactant le secteur automobile. L'objectif global de l'étude consiste à répondre aux questions qui pourraient aider les constructeurs à recadrer leurs priorités et à mieux positionner leurs stratégies commerciales et leurs investissements. Quelque 1.250 consommateurs ont été interrogés en Belgique.

Deloitte en Belgique

Deloitte, cabinet d'audit et de conseil de premier plan en Belgique, offre des services à haute valeur ajoutée en matière d'audit, d'expertise comptable, de conseil fiscal et juridique, de financial advisory services et de consultance.

Plus de 4.000 collaborateurs répartis dans 12 bureaux conseillent des entreprises nationales et internationales, des PME ainsi que des institutions publiques et des ASBL. Le chiffre d'affaires pour l'exercice fiscal 2018 s'élève à 510 millions d'euros.

Deloitte Belgium SCRL est la société affiliée belge de Deloitte NWE LLP, une firme membre of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, l'un des leaders mondiaux des services professionnels regroupant plusieurs sociétés membres indépendantes. Nous concentrons nos efforts sur notre service à la clientèle à travers une stratégie mondiale menée au niveau local dans plus de 150 pays. Fortes d'un capital intellectuel composé de plus de 286.000 personnes dans le monde, nos sociétés membres fournissent des services dans les principaux domaines professionnels couvrant l'audit, la fiscalité, la consultance et le conseil financier. Leurs services, renommés pour leur excellence, ont déjà conquis les décideurs de la plupart des grandes enseignes internationales et nationales, publiques comme privées, et d'organisations prospères en plein essor opérant à l'échelle mondiale. Le groupe Deloitte Touche Tohmatsu Limited a réalisé un chiffre d'affaires de 43.2 milliards de dollars pour l'année fiscale 2018.

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consultez <http://www.deloitte.com/about>.