



Voiture connectée

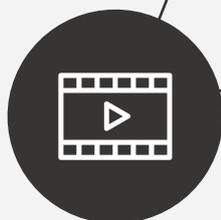
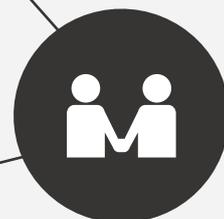
Ipsos Business Consulting

Build · Compete · Grow

69 millions de voitures connectées seront en circulation d'ici 2020, soit l'équivalent de **75%** de la production mondiale totale.



Points clés



Cette technologie favorise la création de partenariats et d'associations collaboratives open source entre **les constructeurs automobiles, les équipementiers, les entreprises technologiques et d'autres acteurs** extérieurs au secteur de l'automobile traditionnelle.

De nouvelles opportunités lucratives se présenteront en réponse à cet écosystème qui s'élargit pour répondre aux besoins du consommateur connecté d'aujourd'hui. **Les voitures connectées évolueront au-delà de la pure expérience** de conduite pour offrir de nouveaux degrés de fonctionnalité et de divertissement à bord du véhicule.



Un nouvel écosystème

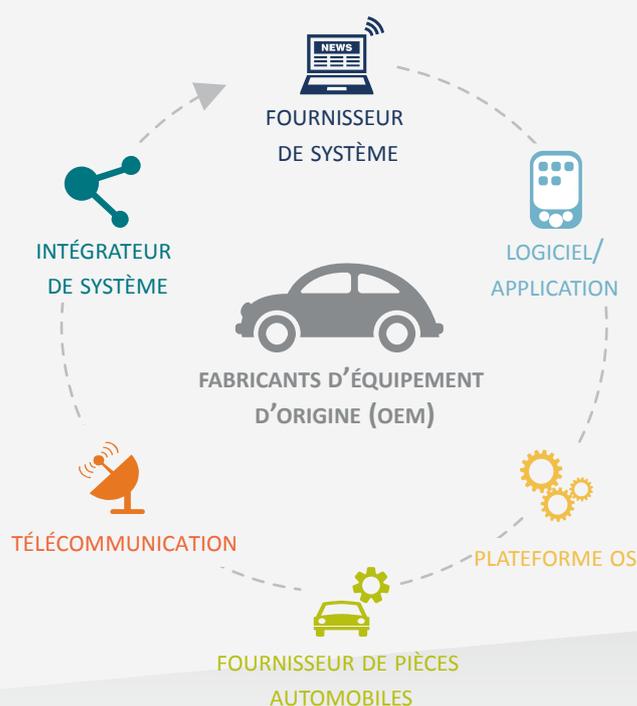
Les voitures connectées ont créé un nouvel écosystème au sein de l'industrie automobile, un de ceux qui favorisent la création d'une myriade de partenariats novateurs avec des entreprises technologiques, des fabricants d'équipements d'origine (OEM) et d'autres entreprises qui opèrent hors du périmètre de l'automobile traditionnelle.

Ces collaborations se concentrent désormais de plus en plus sur le développement de nouveaux produits et services pour répondre aux divers besoins liés au mode de vie des consommateurs d'aujourd'hui. Tandis que ces nouveaux services et technologies élargissent leurs horizons bien au-delà des limites de l'automobile traditionnelle, les premiers systèmes des voitures connectées étaient jusqu'alors axés sur des fonctions plus classiques, telles que la télématique, qui regroupe la technologie sans fil et un système de boîte noire pour transmettre des données au constructeur.

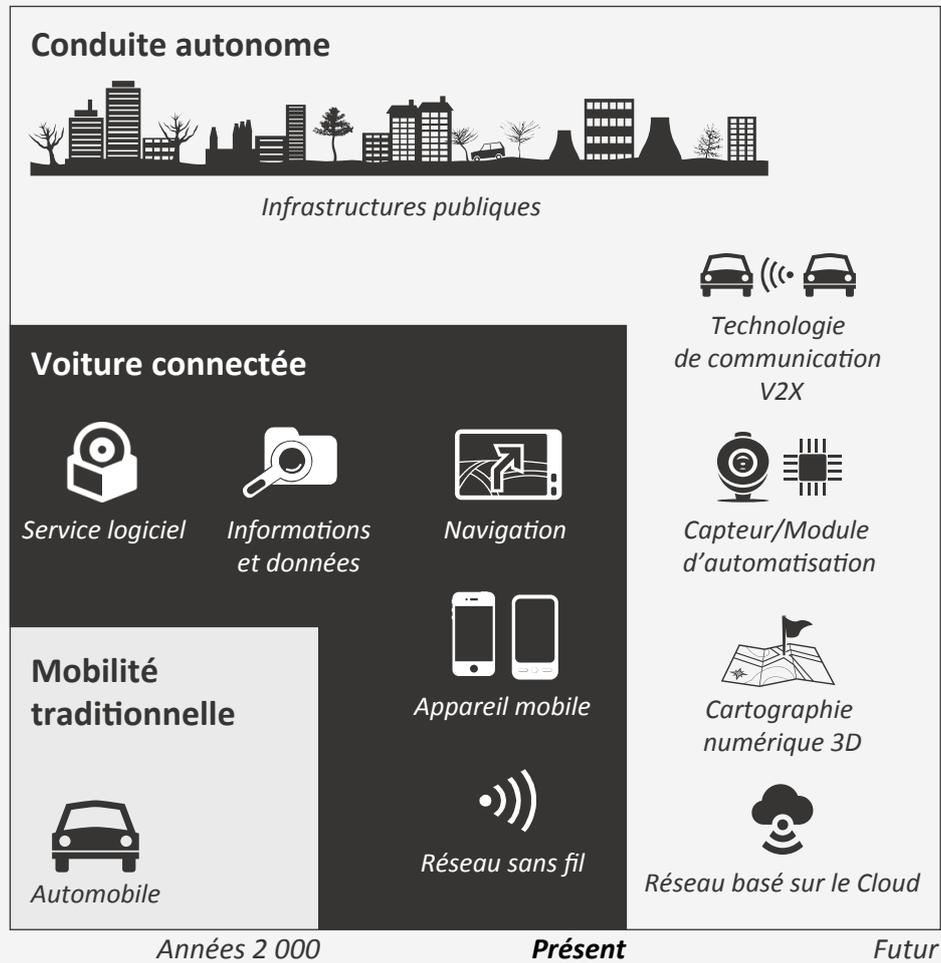
OnStar, une filiale de GM créée en 1995, a fait figure de pionnière dans ce domaine en développant un service par abonnement combinant des systèmes de localisation GPS pour renforcer les services de navigation, de sécurité et d'antivol (par ex. verrouillage à distance et géolocalisation du véhicule). Les versions plus récentes intègrent des diagnostics avancés, le Wi-Fi et de nombreux services connectés à bord du véhicule.

Les premières voitures connectées ont fait leur apparition sur le marché au début de la décennie en cours. En 2015, environ 15 millions de ces voitures étaient en circulation et ce chiffre devrait passer à 69 millions, soit les trois quarts des voitures de la production mondiale, d'ici 2020,

d'après les données de Business Insider Intelligence. Cela signifie que d'ici là, la grande majorité des voitures sur les routes permettront aux conducteurs et aux passagers de faire des achats en ligne, d'écouter de la musique, de regarder des vidéos et d'utiliser des technologies avancées d'aide à la conduite telles que l'aide au stationnement automatique. Le nombre de voitures connectées en circulation augmente, ce qui implique par conséquent l'élargissement de la gamme de services. Il est tout à fait plausible que dans très peu de temps, notre perception des fonctions fondamentales d'une voiture connectée aura évolué bien au-delà de la conception actuelle.



► Ipsos Business Consulting se concentrera exclusivement sur la conduite autonome, un autre développement majeur pour le secteur avec de vastes répercussions, dans un prochain projet d'étude. De ce fait, cette technologie ne sera pas traitée ici.



Fonctions de la voiture connectée

Actuellement, les produits et services liés à la voiture connectée peuvent être regroupés dans cinq groupes fonctionnels, à savoir:



Interaction



Gestion de la conduite



Info-divertissement



Vie pratique



Sécurité

Nouveaux consommateurs, nouvel horizon

D'après une étude réalisée par JD Power, les consommateurs sont plus nombreux à s'intéresser aux fonctions avancées d'aide à la conduite et de sécurité, telles que le système anti-collision et la surveillance des angles morts, qu'aux fonctions d'info-divertissement. Cependant, il est indéniable que le secteur a tout juste commencé à tirer profit ou explorer le potentiel des différents services de télécommunications, des systèmes d'exploitation, de l'analyse en temps réel et des plateformes de contenu qui ont tous été associés à l'expérience de conduite.

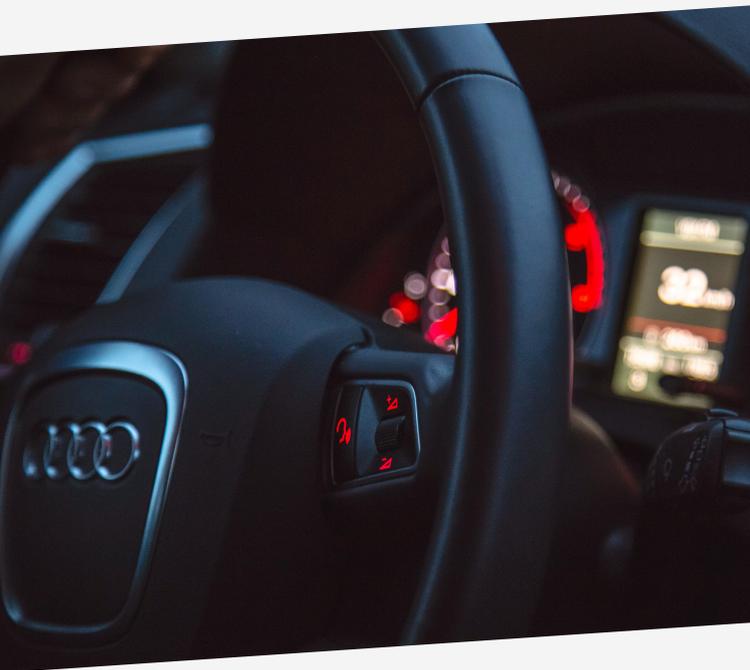
Ce nouvel écosystème évolue lui-même très vite pour répondre aux besoins changeants et de plus en plus complexes du consommateur d'aujourd'hui. La façon dont les gens utilisent et comptent sur la technologie change leur façon d'interagir avec le monde extérieur, et cette dynamique s'intensifiera au fur et à mesure que l'Internet des objets deviendra réalité. De la même manière que les appareils intelligents ont permis aux consommateurs de gérer virtuellement chacun des aspects de leur vie en un seul geste, les constructeurs automobiles et leurs nouveaux partenaires étudient aujourd'hui comment les voitures connectées peuvent répondre à ces mêmes besoins et demandes.



| | Catégorie de service | Description |
|------------------------|---|---|
| Interaction |  Localisation du véhicule | <ul style="list-style-type: none"> Localiser la voiture Activer le klaxon Allumer les feux avant |
| |  Préparation à la conduite | <ul style="list-style-type: none"> Activer la climatisation à distance Démarrer le moteur Ouvrir et fermer le toit ouvrant |
| |  Verrouillage et déverrouillage | <ul style="list-style-type: none"> Ouvrir et fermer les portières à distance |
| Gestion de la conduite |  Configuration de la destination | <ul style="list-style-type: none"> Rechercher la destination Infos trafic en temps réel et notifications sur les limitations de vitesse Trouver le meilleur itinéraire |
| |  Gestion du carburant | <ul style="list-style-type: none"> Vérifier le niveau de carburant restant Rechercher les stations-service à proximité Rechercher les tarifs de chaque station-service |
| |  Stationnement | <ul style="list-style-type: none"> Rechercher les parkings et les places de stationnement à proximité Réserver une place de parking Tarifs des parkings |
| |  Assurance | <ul style="list-style-type: none"> Connexion au service d'assurance de la voiture connectée et aux remises sur les tarifs d'assurance |

| | Catégorie de service | Description |
|---------------------|--|---|
| Info-divertissement |  Divertissement | <ul style="list-style-type: none"> Écouter de la musique Infos météo Réseaux sociaux, vidéos, radio, etc. |
| |  Utilitaire d'appareil mobile | <ul style="list-style-type: none"> Mirroring du Smartphone Appels mains-libres Service de conciergerie |
| Vie pratique |  Achats | <ul style="list-style-type: none"> Livraison des achats en ligne Plats et boissons à emporter |
| |  Paiement | <ul style="list-style-type: none"> Paiement lié à la voiture (parking, station-service, etc.) Paiement des services en voiture, cafés, hôtels, etc.nt |
| Sécurité |  Urgences | <ul style="list-style-type: none"> Centre d'appels 24h/24 Assistance routière Détection des collisions |
| |  Protection antivol | <ul style="list-style-type: none"> Antivol Alerte de dommages Assistance Vol du véhicule |
| |  Entretien et diagnostic | <ul style="list-style-type: none"> Système d'entretien préventif Télédiagnostic |

Source: Site internet officiel de chaque marque, Ipsos BC Analysis



| | CATÉGORIE DE SERVICE | NIVEAU D'ADOPTION | MARQUES OEM |
|---------------------|-----------------------------|-------------------|---|
| INTERACTION | LOCALISATION DU VÉHICULE | ● | BMW, FIAT, HYUNDAI, Mercedes-Benz, NISSAN, VW |
| | PRÉPARATION À LA CONDUITE | ● | BMW, GM, HYUNDAI, Mercedes-Benz, NISSAN, VW |
| | VERROUILLER & DÉVERROUILLER | ● | BMW, FIAT, GM, HYUNDAI, Mercedes-Benz, NISSAN, VW |
| GESTION DE CONDUITE | GPS | ● | Audi, BMW, FIAT, Ford, GM, HYUNDAI, KIA, Mercedes-Benz, PEUGEOT, TOYOTA, VW |
| | ESSENCE | ● | Audi, BMW, FIAT, Mercedes-Benz, PEUGEOT, TOYOTA, VW |
| | PARKING | ● | Audi, BMW, KIA, Mercedes-Benz, PEUGEOT |
| | ASSURANCE | ○ | BMW, GM |

| | CATÉGORIE DE SERVICE | NIVEAU D'ADOPTION | MARQUES OEM |
|--------------------|--------------------------|-------------------|---|
| INFO-ENTERTAINMENT | ENTERTAINMENT | ● | Audi, BMW, FIAT, Ford, GM, HYUNDAI, KIA, Mercedes-Benz, NISSAN, PEUGEOT, TOYOTA, VW |
| | ÉQUIPEMENT MOBILE | ● | Audi, BMW, FIAT, Ford, HYUNDAI, KIA, PEUGEOT, TOYOTA |
| UTILITÉ | SHOPPING | ○ | Audi |
| | PAIEMENT | ● | BMW, GM, HYUNDAI, Mercedes-Benz |
| SÉCURITÉ | URGENCE | ● | Audi, BMW, FIAT, Ford, GM, HYUNDAI, KIA, Mercedes-Benz, NISSAN, PEUGEOT, TOYOTA, VW |
| | ANTIVOL | ● | GM, HYUNDAI, KIA, Mercedes-Benz, VW |
| | MAINTENANCE & DIAGNOSTIC | ● | BMW, FIAT, GM, HYUNDAI, KIA, Mercedes-Benz, NISSAN, PEUGEOT, VW |

Source: Each brand's official website, Ipsos BC analysis

La voiture connectée réussie de demain sera à la fois un véhicule et un centre d'activités plus larges facilitant la vie quotidienne.

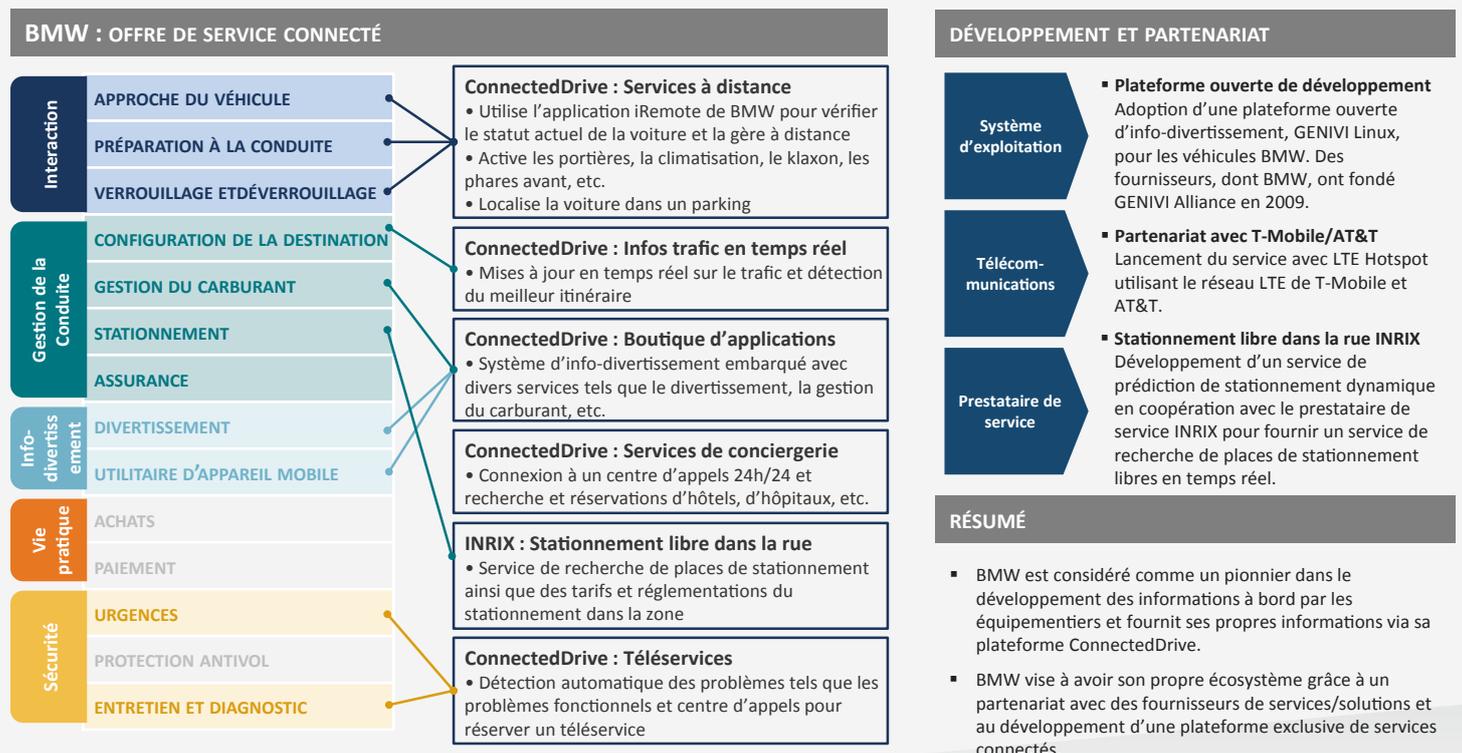
Audi Connect Easy Delivery illustre parfaitement la façon dont les entreprises collaborent afin d'explorer ces nouvelles possibilités. Le constructeur travaille en partenariat avec DHL, service de courrier international, et Amazon pour offrir un nouveau degré de fonctionnalité pour les achats en ligne et les services de livraison. Les propriétaires d'un véhicule Audi peuvent désormais acheter des produits sur Amazon depuis leur voiture et demander au vendeur de livrer leur commande directement dans le coffre de leur voiture. La plateforme technologique permet à Amazon et DHL de localiser la voiture dans un parking et de demander au livreur d'ouvrir le coffre au moyen d'un code de sécurité et d'y déposer le colis.

À l'instar d'Audi qui montre comment des entreprises apparemment sans aucun lien peuvent s'associer pour développer des services de voiture connectée, BMW apporte la preuve que les constructeurs de voitures clairvoyants regardent au-delà des frontières de leur marque afin d'étendre l'écosystème lui-même tout entier.

BMW a compris que tous les acteurs tireront de meilleurs avantages en travaillant ensemble. Le constructeur de voitures de luxe s'est inscrit dans cette dynamique en créant BMW ConnectedDrive, sa formule de services intégrés incluant BMW Assist, BMW Online, BMW Teleservices et Advanced Driver Assistance. Cette plateforme open source permettra aux développeurs d'applications et aux équipementiers de développer des produits et services pour enrichir la gamme croissante de services d'interaction, de gestion de la conduite, d'info-divertissement et de sécurité proposée par le système.

Pour renforcer la place centrale qu'occupe le client dans la politique de sa marque et pour développer la gamme de services qui répond aux besoins des consommateurs connectés d'aujourd'hui, BMW a également créé un partenariat avec des entreprises des secteurs des télécommunications et de la technologie, telles que T-Mobile et AT&T, en vue de fournir des services LTE à bord. Dans cette optique, 94% des nouvelles voitures vendues en 2014 par BMW sont sorties des chaînes de production équipées d'une connexion à Internet. Le nombre de pays dans lesquels ConnectedDrive de BMW est disponible est passé de 25 en 2015 à 36 l'année suivante.

L'adoption de ces systèmes ne pourra que s'intensifier, tout comme le développement des nouvelles technologies connexes.



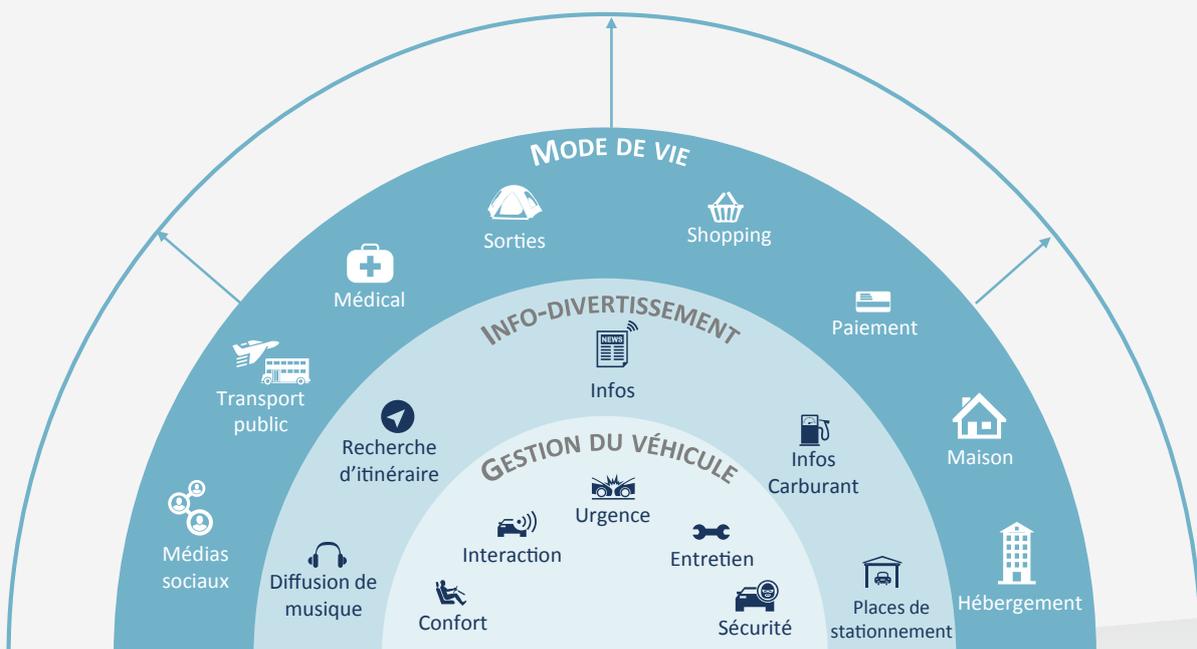
Source: Site internet de ConnectedDrive de BMW, GENIVI Alliance, Ipsos BC Analysis



Source: Site internet de ConnectedDrive de BMW, Ipsos BC Analysis

BMW repousse également les frontières avec ses propres développements exclusifs, tels que le système Augmented Vision de MINI, présenté en 2015 lors du salon de l'automobile de Shanghai. Ce système affiche les informations sur les aires de stationnement à proximité et les limitations de vitesse ainsi que d'autres informations précieuses sur les verres des lunettes Augmented Vision de MINI, une technologie similaire à celle de Google Glass.

Les entreprises extérieures au secteur de l'automobile, telles que Google, encouragent également l'innovation dans le marché de la voiture connectée. Le géant de la recherche Internet a lancé en 2014 Open Automotive Alliance, une alliance mondiale entre des entreprises des secteurs de la technologie et de l'automobile, dont Audi, GM, Google, Honda, Hyundai et NVidia, qui travaillent tous sur l'intégration de la plateforme Android dans les véhicules.



Source: Ipsos BC Analysis

Apple a lancé CarPlay, qui permet au système audio ou multimédia d'un véhicule de contrôler un iPhone et de récupérer ainsi un nombre limité d'application iOD, et même si l'aventure est moins audacieuse qu'avec l'OAA de Google, elle demeure malgré tout populaire.

Les niveaux d'adoption varient largement selon les fonctions proposées par la technologie des voitures connectées. Il n'est donc pas surprenant que les fonctions les plus largement utilisées soient celles qui mettent directement l'accent sur l'expérience de conduite ou l'expérience à bord, telles que le GPS, le mirroring du smartphone, les diagnostics d'entretien ou les services d'urgence. Bien plus concrets et fondamentaux, ces services ont été développés en premier, mais le paiement mobile (notamment pour les services au volant), les achats en ligne et d'autres services pratiques sont sous-utilisés et représentent donc de sérieuses opportunités de développement futur. Bien que le secteur de la voiture connectée fasse encore ses premiers pas, la gamme de technologies avancées de conduite autonome et d'aide à la conduite s'étend de façon exponentielle.

Les entreprises au sein et en dehors du marché de l'automobile traditionnelle comprennent aujourd'hui que, même si une voiture n'offre par les fonctions de communication d'un smartphone, les consommateurs attendent et exigent des niveaux similaires de confort technologique pour tout ce qu'ils achètent.

Les voitures connectées fournissent déjà une vaste gamme de services de sécurité, de vie pratique, de navigation, d'info-divertissement et de paiement en voiture. Les constructeurs automobiles et d'autres acteurs commencent à exploiter le potentiel des produits davantage axés sur le mode de vie, et ils vont donc pouvoir créer de nouvelles sources de revenus et de nouvelles opportunités qui les aideront à modeler l'industrie automobile du futur.



À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est entièrement dédié à la production, l'interprétation et la diffusion d'informations collectées auprès des individus sur leurs opinions, désirs, attitudes et comportements.

Pour travailler au plus près des attentes de ses clients, Ipsos s'est spécialisé dans cinq domaines d'expertise - études publicitaires, études marketing, études médias, études d'opinion et recherche sociale, études liées à la gestion de la relation client et études internes en entreprise - et il a fait de ses opérations (recueil et traitement des informations) sa sixième spécialisation.

Ainsi depuis 1975, les experts d'Ipsos, passionnés par les individus, les marchés, les marques et la société accompagnent et aident leurs clients à prendre des décisions stratégiques et à évoluer dans un monde en profonde mutation au travers de 4 principes fondamentaux : sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Ipsos a pour ambition de se doter des moyens nécessaires pour affirmer davantage son leadership dans le business et dans l'innovation pour toujours mieux servir ses clients. Cette ambition se traduit par une promesse ambitieuse, exprimée par « GAME CHANGERS », la nouvelle signature d'Ipsos et par la volonté de mobiliser toutes nos ressources pour donner une réalité à ce propos : changer pour accompagner nos clients dans leurs stratégies de transformation.



La différence Ipsos

- Ipsos est une société indépendante contrôlée et dirigée par des professionnels des études.
- Notre ambition : faire d'Ipsos la société préférée de ses clients. Pour cela, nous avons fait d'Ipsos un groupe international et nous avons recruté les meilleurs professionnels pour les accompagner sur tous les grands marchés.
- Nous avons choisi de spécialiser nos activités et de placer l'expertise au cœur de notre pratique. Notre volonté est de délivrer des informations utiles, à forte valeur ajoutée, toujours accompagnées de l'éclairage et du conseil qui les rendent immédiatement opérationnelles.
- Notre objectif : maintenir des performances financières solides supérieures à celles du marché et poursuivre un développement responsable, soucieux de la bonne utilisation des moyens et ressources d'Ipsos.

Contact



www.ipsos.fr



Ipsos France

AUTHORS OF THIS PAPER



Per-Henrik Karlsson
Head of Consulting - Korea
Ipsos Business Consulting
E. PerHenrik.Karlsson@ipsos.com



Hong Kyu Ahn
Senior Consultant, Korea
Ipsos Business Consulting
E. Hongkyu.Ahn@ipsos.com



Byeongmin Choi
Consultant, Korea
Ipsos Business Consulting
E. Byeongmin.Choi@ipsos.com