

Les consommateurs ne font pas confiance aux startups pour produire des véhicules autonomes

Selon une étude menée par le Capgemini Research Institute, les startups semblent mal placées dans la course au véhicule autonome : à peine plus d'un tiers des consommateurs leur font confiance pour produire de tels produits. Au contraire, les acteurs traditionnels tirent leur épingle du jeu.

Temps de lecture : minute

21 mai 2019

Courageux mais pas téméraires ! Les futurs utilisateurs de véhicules autonomes mettent quelques conditions à leur acceptation de cette technologie en devenir. Bonne nouvelle : les consommateurs semblent (enfin) prêts à faire une place dans leur garage aux véhicules autonomes. Selon une étude menée par le Capgemini Research Institute baptisée *The autonomous car, A consumer perspective*, ils sont même 59% à attendre avec impatience l'arrivée des premières voitures autonomes sur le marché. Menée auprès de plus de 5500 répondants, l'étude souligne également qu'une majorité (52%) se voit davantage, d'ici cinq ans, rouler en voiture autonome que prendre le volant d'un véhicule classique.

Mais que les jeunes pousses ne se réjouissent pas trop vite. Les futurs utilisateurs de véhicules autonomes sont prêts à embrasser cette révolution si et seulement si les véhicules sont produits par des entreprises qu'ils perçoivent comme expertes en la matière : les constructeurs traditionnels. 68% des répondants disent ainsi leur faire

confiance pour produire des véhicules autonomes. Ils coiffent au poteau les constructeurs de véhicules électriques (66%) et prennent une petite longueur d'avance sur les géants de la Silicon Valley, qui bénéficient tout de même de la confiance d'une majorité des consommateurs (59%). Grandes perdantes de ce test de confiance, les startups arrivent bonnes dernières puisque seulement 39% des consommateurs leur font confiance pour produire des véhicules autonomes.

Si les consommateurs sont aussi tatillons sur l'origine de leur véhicule, c'est paradoxalement parce que leurs attentes quant à l'utilisation qu'ils en auront sont très élevées. 55% des répondants attendent ainsi d'un véhicule autonome qu'il les alertent vocalement mais surtout qu'il prenne des décisions à leur place en cas de situation de conduite imprévue. Et presque autant (54%) seraient prêts à laisser leur voiture autonome aller chercher ou déposer des amis ou des membres de leur famille !



À lire aussi

Y'a-t-il un pilote dans l'avion ? Quand la techno nous rapproche du risque zéro

Une expérience de mobilité inédite

Reste que le fait que plus d'un consommateur sur deux se dise prêt non seulement à tester mais à utiliser régulièrement un véhicule autonome peut tout de même laisser quelques espoirs aux startups qui parviendraient à gagner leur confiance. Notamment parce que nombre d'entre elles ont compris que le meilleur moyen de promouvoir le véhicule autonome est d'en appeler à la conscience écologique des potentiels acheteurs. C'est en effet le premier levier d'achat (71% des répondants estiment que la volonté de réduire leur empreinte carbone les pousserait à acquérir un véhicule autonome), devant la sécurisation des données (68%). Étonnamment, le fait d'accéder à un certain nombre de services grâce à une expérience inédite à l'intérieur de la voiture n'arrive qu'en troisième position (54%).

Si ce n'est pas le déterminant principal de l'achat d'un véhicule autonome, cette expérience reste néanmoins cruciale pour l'adoption de cette technologie. Et les consommateurs s'en font une idée très précise. La plupart d'entre eux (63%) utiliseraient ce temps gagné pour socialiser, en discutant avec d'autres passagers ou en en profitant pour appeler des amis ou leur famille. Plus d'un répondant sur deux (57%) compte également se divertir (regarder un film, s'informer, lire un livre...).



À lire aussi

"Le véhicule autonome va modifier la valeur que nous attribuons au temps"

Près de la moitié des utilisateurs (48%) en profiteraient pour rattraper quelques heures de sommeil en retard et se reposer et seulement 24% pour prendre soin de leur santé (faire du sport, prendre des médicaments, vérifier leurs constantes...). Il est intéressant de noter que travailler ne fait apparemment pas partie des priorités des utilisateurs de véhicules autonomes. Les Matthew McConaughey version *The Lincoln Lawyer* ne devraient donc pas se multiplier sur les routes !

Article écrit par Geraldine Russell