



strategy&

Direction Communication
63 rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine
Tél. 01 56 57 58 59, Fax 01 56 57 81 80

Information presse

Contacts :

PwC, Sabrina Gallinotti, 01 56 57 17 45, sabrina.gallinotti@fr.pwc.com

Ghizlane El youssfi, 01 41 34 21 14, gelyoussfi@hopscoth.fr

Neuilly sur Seine, le 14 décembre 2017

Les premiers véhicules 100% autonomes circuleront dès 2028 en Europe, aux Etats-Unis et en Chine

Les constructeurs se tournent vers les véhicules autonomes, connectés et électriques. C'est ce que confirme la dernière étude « *Digital Auto Report 2017* » de Strategy&, l'entité de conseil en stratégie de PwC. Les premiers véhicules 100% autonomes – sans présence humaine requise à bord, produits en série, sont attendus dès 2028 sur trois grands marchés : l'Europe, l'Etats-Unis et la Chine. Parmi les autres enseignements clés de l'étude :

- **Les véhicules électriques ou hybrides devraient représenter 58% des ventes de voitures neuves en Europe, aux États-Unis et en Chine dès 2025.**
- **Plus de 85% des voitures neuves sont déjà considérées aujourd'hui comme connectées et, d'ici à 2025, plus de 470 millions de véhicules connectés seront en circulation dans ces 3 régions.**
- **En 2030, on estime qu'environ 80 millions de voitures autonomes circuleront au sein ces trois marchés majeurs, grâce notamment au lancement de robot-taxis à partir de 2025.**

Conséquence directe de cette évolution, « *la mobilité en tant que service* » (MaaS) transformera le secteur automobile au profit de la « mobilité partagée » et de la « roboéconomie ». Ces offres de mobilité et de services numériques adaptés devraient se développer pour améliorer l'expérience utilisateur des véhicules autonomes et connectés et contribuer à la réduction de leur impact carbone :

- **Le secteur des services de mobilité numérique devrait peser environ 2 200 milliards d'euros par an à travers le monde en 2030.**
- **La valeur du marché de la mobilité partagée (MaaS) devrait croître de 24% par an en Europe, aux États-Unis et en Chine sur la période 2017-2030, pour atteindre 1,3 milliard d'euros.**
- **En 2030, environ un tiers des véhicules neufs seront destinés à l'auto-partage.**
- **En 2030, 42% de l'ensemble des kilomètres parcourus en Europe se feront à bord d'un véhicule autonome.**

La connectivité et les services associés seront au cœur du business model de l'automobile de demain

La voiture connectée fait déjà partie du paysage routier **et les véhicules électriques et autonomes** devraient percer définitivement dans les prochaines années. Ils **devraient devenir moins chers que les modèles à moteur thermique entre 2025 et 2030**, d'après un modèle de coût tenant compte de la dépréciation, de la consommation de carburant, de l'entretien, de la fiscalité et de l'assurance. Grâce à la connectivité et à l'autonomie de ces véhicules, de nombreuses opportunités

devraient émerger ces prochaines années pour tout le secteur de l'automobile, sous forme de services de mobilité digitaux.

À moyen terme, la transition vers la « mobilité en tant que service » devrait influencer à la fois la chaîne de valeur du secteur et le comportement des clients. **D'ici à 2030, ces nouveaux services représenteront un peu plus de 20% du potentiel de profit du marché de la mobilité**, renforçant ainsi la pression sur les marges des constructeurs. Demain, la production et la vente d'automobiles ne représenteront plus guère que 50% de la création de valeur du secteur, contre environ 85% aujourd'hui. L'autre moitié ira aux domaines de la gestion de parcs automobiles et des services numériques.

« Avec la voiture connectée, les constructeurs ne vont plus seulement vendre des véhicules mais devront profiter de la connectivité pour offrir une nouvelle expérience client. La mobilité deviendra une expérience à part entière, enrichie d'un ensemble de services de loisirs, d'e-commerce, de télécommunications, etc. », déclare François Jaumain, associé responsable du secteur automobile chez PwC.

En 2030, environ un tiers des véhicules neufs sera destiné à l'auto-partage

En 2030, 36% de l'ensemble des kilomètres parcourus en Europe se feront à bord d'un véhicule partagé et 42% à bord d'un véhicule autonome. La part de 16% revenant aux véhicules autonomes privés en Europe, aux Etats-Unis et en Chine (2030) indique que les Européens sont les plus portés sur le mode de la propriété privée au niveau international (États-Unis : 11%, Chine : 10%).

L'expansion rapide du parc de véhicules autonomes partagés entraînera une hausse de 28% des ventes de voitures neuves par rapport aux volumes d'aujourd'hui. À plus long terme, toutefois, l'auto-partage réduira de 25% le nombre de voitures circulant sur les routes d'Europe, des États-Unis et des autres marchés arrivés à maturité. En effet, le volume du marché de la mobilité partagée devrait croître de 24% par an sur ces trois marchés sur la période 2017-2030, pour atteindre 1,3 milliard d'euros. Ainsi, en 2030, environ un tiers des véhicules neufs sera destiné à l'auto-partage.

Selon François Jaumain : « La transition vers des parcs de véhicules partagés et/ou autonomes constitue un profond bouleversement pour le secteur automobile. Les véhicules de demain seront utilisés de façon beaucoup plus intensive que nos voitures privées aujourd'hui. Compte tenu d'une dépréciation rapide, certains segments comme celui de la vente de véhicules d'occasion perdront de leur pertinence et les constructeurs seront de plus en plus appelés à effectuer des tâches d'entretien sur les véhicules des flottes. Le profil de la concurrence évoluera aussi : avec les variations régionales dans la réglementation et les infrastructures, la mobilité va devenir une activité plus locale. »

La remise en question des acteurs traditionnels du secteur automobile

À moyen terme, la forte demande des parcs de véhicules autonomes devrait entraîner une convergence et une situation de concurrence parallèle entre acteurs du e-commerce, sociétés de logistique et exploitants de parcs automobiles. Concernant le rôle qu'ils auront à jouer dans cette « roboéconomie », les constructeurs automobiles devront trancher : préféreront-ils laisser le champ aux transporteurs émergents - opérateurs de flottes ou de plateformes de mobilité - et devenir des « spécialistes légers / ateliers de design » ? Ou bien choisiront-ils de pénétrer le marché de la mobilité dans sa globalité, via la recherche de nouveaux investisseurs et la mise en place de stratégies de diversification ?

Plusieurs opportunités se présentent sur le marché, notamment par des améliorations fonctionnelles des véhicules grâce aux technologies digitales, qui réduisent les coûts de production et de maintenance ou augmentent la fidélité du client. À long terme, toutefois, **seuls réussiront sur le marché les acteurs qui sauront relever le défi consistant à s'émanciper des catégories individuelles pour se transformer en plateforme globale proposant des services de mobilité et du e-commerce.**

Selon François Jaumain : « *Les actionnaires attendent des constructeurs une stratégie claire sur la façon de gérer le passage du statut actuel, hybride, à une distinction plus marquée entre les domaines de la mobilité. Compte tenu du fait que les contacts avec le client seront beaucoup plus fréquents et plus directs, le secteur de l'automobile doit adopter une attitude nettement plus centrée autour de l'expérience client, notamment en matière de R&D. Les acteurs de l'automobile doivent aussi envisager de monter des partenariats stratégiques avec les entreprises technologiques à l'image du récent partenariat conclu entre Renault-Nissan et Microsoft visant le développement d'une plateforme mondiale de véhicules connectés* ».

Méthodologie de l'étude

La 6^{ème} édition de l'étude « *Digital Auto Report 2017* » de Strategy& (anciennement « *Connected Cars* ») repose sur plus de 50 entretiens réalisés auprès de dirigeants de constructeurs automobiles et équipementiers, universitaires et analystes du secteur automobile à travers le monde (avec un focus Europe, Etats-Unis et Chine). L'étude a également observé les pipelines en R&D et les essais actuellement menés sur les véhicules connectés, autonomes et électriques.

A propos de Strategy&

Strategy& est une équipe mondiale d'experts dans le domaine du conseil en stratégie. Nous aidons nos clients à réaliser leur potentiel et à résoudre leurs problèmes les plus complexes en les accompagnant dans l'élaboration et la concrétisation de leur vision. Nous conjuguons un siècle d'expérience en conseil en stratégie avec l'expertise fonctionnelle et sectorielle du réseau PwC. Strategy& est membre du réseau PwC, présent dans 157 pays et regroupant 223 000 collaborateurs engagés au bénéfice de la qualité de service pour leurs clients et partenaires, dans les domaines du conseil, des transactions, du juridique & fiscal, de l'audit et de l'expertise comptable.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site <https://www.strategyand.pwc.com/fr/home>

A propos de PwC France et pays francophone d'Afrique

PwC développe en France et dans les pays francophones d'Afrique des missions de conseil, d'audit et d'expertise comptable, privilégiant des approches sectorielles.

Plus de 236 000 personnes dans 158 pays à travers le réseau international de PwC partagent solutions, expertises et perspectives innovantes au bénéfice de la qualité de service pour clients et partenaires. Les entités françaises et des pays francophones d'Afrique membres de PwC rassemblent 6 400 personnes couvrant 23 pays. Rendez-vous sur www.pwc.fr

En se mobilisant au quotidien pour conseiller et accompagner ses clients dans leur réussite, PwC contribue à la dynamique de l'économie française. A travers ses études et ses analyses d'experts, PwC s'engage également à anticiper les économies du futur et à développer les nouveaux usages technologiques. Enfin, en apportant des solutions pour maîtriser les risques, PwC crée de la confiance entre les acteurs et sécurise le cœur de l'économie française.

PwC France a lancé le mouvement #LetsgoFrance pour valoriser tous ceux qui travaillent à la réussite de l'économie française.

Rejoignez-nous et agissons ensemble : letsgofrance.fr

En 2017, PwC a remporté pour la deuxième année consécutive le prix « Audit Innovation of the Year » qui témoigne de son engagement en matière d'innovations technologiques pour améliorer la qualité de l'audit et la valeur ajoutée apportée à ses clients.

« PwC » fait référence au réseau PwC et/ou à une ou plusieurs de ses entités membres, dont chacune constitue une entité juridique distincte. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site www.pwc.com/structure