



# Le marché du véhicule connecté

Réalité du marché actuel, perspectives futures, investissements et business models :  
quelles stratégies des acteurs de l'industrie automobile pour le déploiement du véhicule  
connecté ?



# Sommaire (1/2)

	<b>Synthèse</b>	<b>7</b>	2.5 Les VTC et la mobilité comme service	25
<b>1</b>	<b>Introduction et focus sur l'impact de l'épidémie Covid-19 sur le secteur automobile</b>	<b>10</b>	2.6 L'autopartage	27
1.1	Le bouleversement de l'automobile	12	2.7 La mobilité fractionnée	29
1.2	Du marché automobile à celui de la nouvelle mobilité	13		
1.3	L'impact du Covid 19 sur le secteur automobile	14	<b>3 Le marché de la mobilité</b>	<b>31</b>
1.4	Perspective pour le marché du véhicule connecté	16	3.1 Le marché automobile devient le marché de la mobilité	32
			3.2 Le marché des données	35
<b>2</b>	<b>Tendances du marché automobile</b>	<b>17</b>		
2.1	Le marché automobile devient le marché de la mobilité	19		
2.2	La saturation des marchés développés et la réduction des parcs	20	<b>4 Les marchés du véhicule connecté</b>	<b>36</b>
2.3	L'espace urbain	21	4.1 Segmentation du marché	38
2.4	La remise en cause de la propriété privée	23	4.2 Priorité à la sécurité	40



# Sommaire (2/2)

4.3	Vers le véhicule autonome	45	4.15	Le marché des données et des plateformes cloud	70
4.4	L'aide à la navigation	51	4.16	Grandes villes et infrastructures	73
4.5	L'IVI (In Vehicle Infotainment)	54	4.17	La mobilité comme un service (MaaS)	75
4.6	L'assistant digital	55	4.18	Le e-commerce embarqué	77
4.7	Les microprocesseurs	56	4.19	Divertissements	78
4.8	Les logiciels du système opérateur	57	4.20	L'après-vente	79
4.9	L'architecture véhicule	58	4.21	Technologies et Innovations	82
4.10	L'architecture électrique	59	<b>5</b>	<b>Start-ups et nouveaux sous-segments</b>	<b>84</b>
4.11	Les logiciels embarqués	61	<b>6</b>	<b>Questions clefs et interviews d'experts</b>	<b>93</b>
4.12	Le cockpit	63	<b>7</b>	<b>Conclusions et visions stratégiques</b>	<b>113</b>
4.13	Les écrans	66			
4.14	La cybersécurité	68			





## 1. Introduction et focus sur l'impact de l'épidémie Covid-19 sur le secteur automobile

### 1.1 Le bouleversement de l'automobile

#### Dans un secteur en profonde mutation, le véhicule connecté devient la clef de succès des nouveaux modèles

- Les conditions d'utilisation des automobiles ont considérablement changé ces dernières années. Les limitations de vitesse transforment puissance et vitesse maximale en attributs virtuels et psychologiques même s'ils restent toujours statutaires.
- Les conducteurs des véhicules les plus récents s'habituent à faire de plus en plus confiance aux systèmes d'aide à la conduite. On ne « pilote » plus.
- Le succès qui ne se dément pas des SUV montre que le design demeure le premier facteur de succès d'un modèle.
- L'évolution des groupes moto-propulseurs liée à la protection de l'environnement tend à marginaliser l'importance des anciens attributs : les 6 cylindres disparaissent et on ne s'intéresse plus au nombre de soupapes. Les malus fiscaux écologiques devraient accélérer la baisse des ventes des motorisations thermiques de haute performance.
- Les grandes villes s'alignent toutes sur des politiques restrictives à l'encontre des véhicules à combustion. L'Allemagne s'interroge de plus en plus sérieusement quant à une limitation de vitesse sur ses autoroutes.
- Les véhicules électriques se caractérisent par leur coupe et leurs accélérations très agréables. L'expérience client lors de la conduite est excellente. L'obstacle majeur au décollage des ventes demeure l'autonomie.
- Les véhicules hybrides rechargeables sont coûteux et ne sont véritablement économes en carburant que si l'on s'astreint à des recharges partielles systématiques.
- Dans tous les cas, avec le design extérieur, le cockpit et son interface multimédia ainsi que les aides à la conduite demeurent certainement les principaux facteurs clés d'achat des véhicules neufs. D'une génération à l'autre, les modèles se doivent d'être équipés de certaines fonctionnalités qui deviennent des « must have » (exemple du freinage d'urgence assisté) et pourront se différencier en proposant (parfois en option – plus lucrative pour les constructeurs) des nouvelles fonctionnalités (comme la caméra de recul ou l'Apple CarPlay).



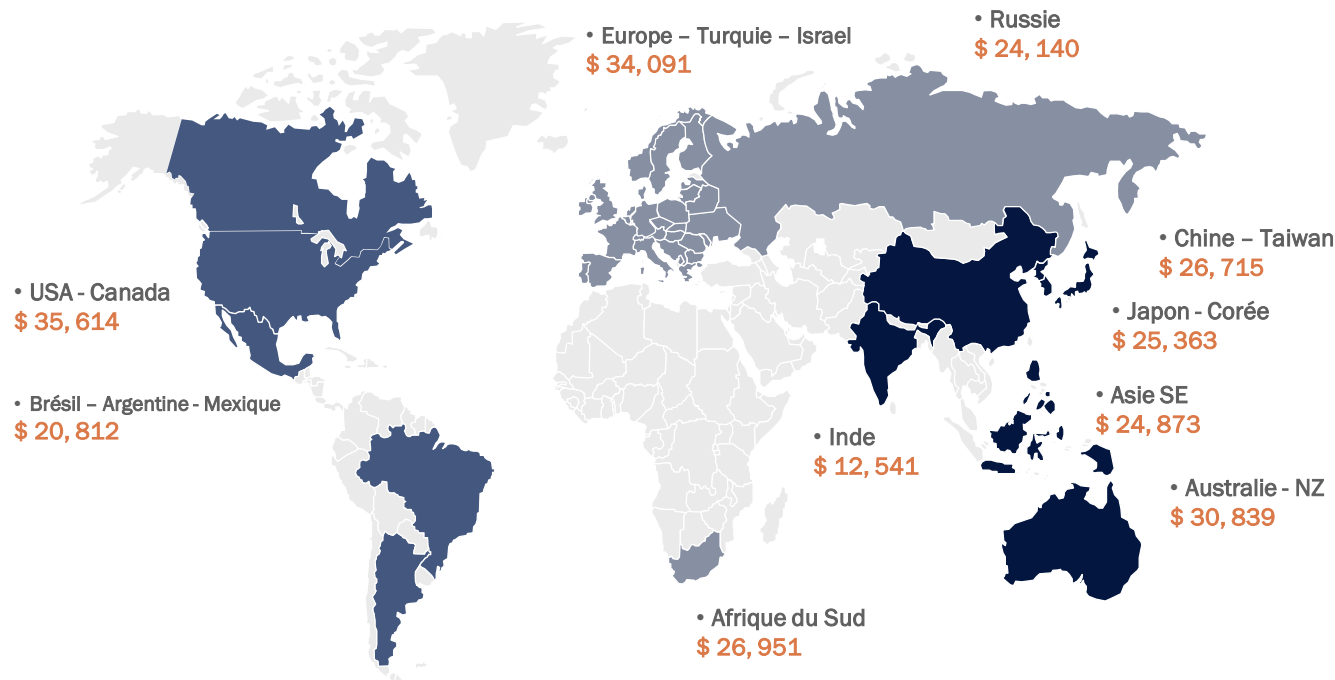
## 1. Introduction et focus sur l'impact de l'épidémie Covid-19 sur le secteur automobile

### 1.2. Du marché automobile à celui de la nouvelle mobilité

**Le marché automobile est estimé à 2 500 milliards d'euros en 2019**

#### Prix de vente moyen des véhicules particuliers dans différentes régions du monde

Source : Jato, H1 2019



La production 2018 avait atteint un sommet de 98 millions de véhicules.

En considérant le prix moyen mondial de vente de 26 000€, nous pouvons estimer le marché mondial de l'automobile (véhicules particuliers neufs) à **2 500 milliards €**.

Ce marché va connaître une chute importante en 2020 liée au Covid-19 et il faudra certainement attendre 2022 pour repasser au dessus des 2 200 milliards €.

#### PRIX DE VENTE MOYEN DES VÉHICULES PARTICULIERS

(prix de vente moyen sur 43 marchés)  
H1 2019

**\$ 29 493**  
**Soit 25 939 €**

