

Véhicules connectés : préférences et inquiétudes des conducteurs

Le Bureau européen de la Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) et les clubs européens affiliés, dont Mobilité Club France, publient une nouvelle enquête sur les véhicules connectés.

Après une première enquête « My Car My Data » qui s'est penchée en 2016 sur ce que nos voitures savent de nous, puis une étude sur la qualification des données collectées par les véhicules dans le contexte du règlement général de protection des données (RGPD) en 2021, une nouvelle publication explore la sensibilisation des consommateurs dans 11 pays (Allemagne, Espagne, Italie, France, Finlande, Danemark, Pologne, Belgique, Pays-Bas, Autriche et Tchéquie) concernant les véhicules connectés, ainsi que leurs préférences en matière d'entretien et de collecte de données.

Le profil et les attentes des conducteurs européens



Le profil et les attentes des conducteurs français

Entretien et réparation : le prix, déterminant dans le choix du prestataire

L'accès limité aux données des véhicules a un impact significatif sur le marché de la réparation automobile. Ce secteur, qui contribue massivement à l'économie européenne avec 280 millions d'euros par an, est face à des défis majeurs. Les constructeurs automobiles abandonnent la manière habituelle de faire des diagnostics sur les voitures, qui permettait d'obtenir des informations en temps réel de manière directe et indépendante depuis la voiture (interface OBD), pour se tourner vers des modèles commerciaux basés sur les données. Cette situation a des conséquences sur les fournisseurs de services indépendants mais aussi sur les conducteurs et leurs habitudes de consommateurs.

- Les Français interrogés perçoivent les services des garages indépendants comme aussi compétents (79 %) et généralement moins chers (75 %) que ceux des constructeurs.
- Plus de deux tiers des conducteurs français sont prêts à se tourner vers des ateliers indépendants s'ils offrent des prix plus bas (68 %) et des services plus rapides (65 %).
- La plupart des conducteurs français sont attachés à leur garage local (80 %), mais le facteur financier peut les amener à changer de prestataire. Les prix sont le principal critère pour un

potentiel changement, que l'on parle de garages de constructeurs ou de garages indépendants.

- Par rapport à la moyenne européenne, les conducteurs français sont particulièrement disposés à passer des constructeurs aux réseaux indépendants s'ils proposent des prix compétitifs. La volonté de changer d'atelier indépendant pour une meilleure tarification est presque aussi élevée que celle de changer de constructeur pour la même raison : 68 % envisageraient d'aller chez l'indépendant, 76 % chez le constructeur. Si les services sont fournis plus rapidement, 65 % sont prêts à passer d'un atelier de constructeur à un atelier indépendant.

Les prix et la rapidité de la prestation de services sont des éléments clés pour les conducteurs lorsqu'ils décident de changer de prestataire.

Appli et services embarqués : la délicate question du paiement

- Seul 1 conducteur français sur 4 envisage de payer pour une application dédiée à la voiture.
- La plupart des conducteurs préfèrent les applications gratuites en échange d'informations sur le véhicule et le conducteur (40 %).
- 23 % considèrent la publicité ciblée comme une forme de paiement acceptable.
- Seuls 9 % seraient prêts à payer directement pour le service (paiement mensuel). Les services de localisation des voitures, de navigation en temps réel et d'aide au stationnement sont quelques exemples de services pour lesquels les consommateurs seraient prêts à payer.
- 1 conducteur sur 3 est encore indécis à ce sujet (29 %).

Utilisation des données : l'incidence sur le choix de la marque

- Les fonctions connectées telles que l'Internet embarqué, l'intégration d'applications ou le contrôle à distance motivent un peu moins de la moitié des conducteurs français à changer de marque de voiture (46 %), un chiffre légèrement supérieur à la moyenne européenne.
- Les conducteurs français voient un intérêt à changer de marque de voiture si elle leur permet de contrôler les parties avec lesquelles les données du véhicule sont partagées (55 %), qui clarifie les droits et possibilité du consommateur (52 %), qui permet de choisir qui héberge les données relatives à la voiture (52 %), qui donne une bonne vue d'ensemble et un accès en lecture intégrale à toutes les données relatives du véhicule (51 %).

L'information du consommateur : un besoin pressant

- 39 % seulement des conducteurs se souviennent avoir autorisé l'utilisation des données relatives à leur voiture par le constructeur ou d'autres entités.
- Seulement 48 % sont conscients des données qui sont collectées et partagées par leur véhicule.

Le choix du consommateur : indispensable !

- Le choix est crucial pour les conducteurs.
- 60 % s'inquiètent de ne pas avoir le contrôle sur les informations collectées et partagées.
- 65 % veulent pouvoir choisir leur fournisseur de services télématiques et 63 % veulent pouvoir en changer pendant la durée de vie de leur voiture.

Règlementation sectorielle : une priorité

D'ici 2030, plus de 90 % des véhicules en circulation seront connectés. Il est essentiel d'établir des règles assurant un accès équitable et non discriminatoire aux données des véhicules, ce que les consommateurs soutiennent. Ils estiment que la réglementation peut améliorer la sécurité routière, la cybersécurité et les prix pour les consommateurs.

Une législation sectorielle doit être une priorité de l'Union européenne pour protéger les

consommateurs et promouvoir l'innovation sur le marché. Le consommateur et la protection de ses données doivent être au cœur des préoccupations.

Pour aller plus loin :

- [Enquête auprès des consommateurs](#): comprendre les préférences et les attitudes des conducteurs en Europe