



Communication Presse et Relations Publiques

Clément Lefevre

Tél. : 03 23 73 56 94

E-mail : clement.lefevre@audi.fr

Octobre 2019

Audi publie une étude des utilisateurs de la conduite autonome et en dévoile le paysage émotionnel

- 21 000 personnes ont été interviewées à propos de la conduite autonome dans le cadre de l'initiative « & Audi »
- Cinq types d'utilisateurs montrent les liens entre l'attitude envers les voitures autonomes et le mode de vie
- Euphorie chez les Chinois, les jeunes et les hauts revenus, marge d'amélioration en matière de connaissance

Ingolstadt, le 03 octobre 2019 - Du conducteur méfiant au passager féru de technologie : dans l'étude en ligne représentative « Le pouls de la conduite autonome », Audi a établi une typologie des utilisateurs de la conduite autonome. Dans le cadre de l'initiative « & Audi », l'entreprise de mobilité Audi, en coopération avec l'institut d'études Ipsos, a interrogé 21 000 personnes dans neuf pays¹ sur trois continents. Leurs réponses montrent que les « avant-gardistes » et les « passagers férus de technologie », jeunes, bien rémunérés et éduqués, sont ceux qui aspirent le plus à la conduite autonome. Le scepticisme est dominant parmi les « conducteurs méfiants », qui ont tendance à être plus âgés et à avoir un niveau de revenu et d'éducation moins élevé. Les « réticents soucieux de la sécurité » n'utiliseront la conduite autonome que lorsque d'autres auront acquis une expérience de la technologie. Le groupe d'utilisateurs le plus important est constitué par les « copilotes à l'esprit ouvert », qui sont fondamentalement ouverts à la conduite autonome, à condition qu'ils puissent prendre le contrôle à tout moment.

« Cette étude vient considérablement enrichir notre connaissance du phénomène de la conduite autonome », déclare le Luciano Floridi, professeur de philosophie et d'éthique de l'information et directeur du Digital Ethics Lab de l'Université d'Oxford, et membre du réseau scientifique de l'initiative « & Audi ». « Il s'agit d'une étape nécessaire en amont de toute décision politique et législative, ainsi qu'en vue de toute stratégie de R&D et commerciale qui se veut proactive et informée pour créer un monde meilleur. » Depuis 2015, Audi s'intéresse à l'acceptation sociale de la

conduite autonome. Dans cette étude, l'initiative examine la manière dont les arguments rationnels, les émotions, les valeurs et les modes de vie façonnent les attitudes à l'égard de la conduite autonome. Le résultat est une triade composée d'un paysage émotionnel, d'un indice de préparation humaine et d'une typologie des utilisateurs.

Grande curiosité, mais aussi inquiétude à propos des voitures autonomes

Le **paysage émotionnel** de la conduite autonome offre une image contrastée. D'une part, sur le plan international, la conduite autonome suscite un vif intérêt (82 %) et de la curiosité (62 %). Dans cette nouvelle technologie, les répondants voient un potentiel pour l'individu et la société allant d'un accès plus facile à la mobilité (76 %) à davantage de sécurité (59 %) en passant par un plus grand confort (72 %). Plus de la moitié des personnes interrogées souhaiteraient tester la conduite autonome. D'autre part, il existe également des préoccupations claires, notamment la crainte d'une perte de contrôle (70 %) et des risques résiduels inévitables (66 %). 41 % des sondés se méfient de la technologie et environ un tiers (38 %) sont anxieux. C'est pour le stationnement autonome et les embouteillages sur les autoroutes que les sondés souhaitent le plus laisser la main. Le niveau de connaissance de la conduite autonome semble faible : seuls 8 % des personnes affirment pouvoir expliquer de quoi il s'agit.

Euphorie chez les Chinois, les jeunes et les hauts revenus

L'indice de **préparation humaine** (HRI – Human Readiness Index) donne un aperçu du lien entre la perception de la conduite autonome et les données sociodémographiques. Les résultats montrent que plus les personnes interrogées sont jeunes et leur niveau d'éducation et leur revenu élevés, plus leur attitude à l'égard de la conduite autonome est positive. Des différences sont également apparentes entre les pays étudiés. Les Chinois (HRI +5,1) sont euphoriques et les Sud-Coréens (HRI +1,2) ont également une vision de la technologie supérieure à la moyenne. En Europe, les Espagnols et les Italiens sont en tête (tous deux avec un HRI +0,7). Les Allemands et les Français sont relativement réservés (HRI -0,7), de même que les Américains, les Japonais et les Britanniques (HRI -0,9). Le HRI combine la connaissance, l'intérêt, les émotions et la disposition à utiliser des voitures autonomes pour produire un indicateur numérique entre -10 et +10.

La perception de la conduite autonome est liée au mode de vie

Si l'on examine les attitudes à l'égard de la conduite autonome dans le contexte de la vie des personnes, la typologie des utilisateurs montre que des différences significatives existent. Cette analyse aboutit à cinq types d'utilisateurs. Le

« conducteur méfiant » aime s'en tenir à ce qui existe déjà et n'utiliserait la conduite autonome que si elle était pleinement établie. Les « réticents soucieux de la sécurité » ont également une attitude largement réservée vis-à-vis de la conduite autonome. Ils pensent que les voitures autonomes devraient d'abord être testées pendant des années avant d'être autorisées sur la route. Le « copilote à l'esprit ouvert » voit les avantages de la technologie et souhaite que les entreprises, les scientifiques et les politiques prennent des mesures pour mettre les voitures sur les routes en toute sécurité. Les « faiseurs de tendances axés sur le statut » sont enthousiastes à l'égard des voitures autonomes, car ils peuvent ainsi démontrer leur style de vie avant-gardiste. Les « passagers férus de technologie » font confiance à la technologie et souhaitent l'introduire dans tous les domaines.

« La conduite automatisée et autonome a le potentiel d'améliorer considérablement notre mobilité », déclare Thomas Müller, responsable de la conduite autonome chez Audi. « Mais cela implique que, parallèlement au développement technique, nous soyons capables de convaincre. L'étude nous fournit des informations différenciées sur la position des personnes par rapport à la conduite autonome et sur la manière dont nous pouvons établir des attentes appropriées vis-à-vis de la nouvelle technologie dans la société. »

Pour plus d'informations sur l'étude « Le pouls de la conduite autonome », consultez le site www.audi.com/pulse-of-autonomous-driving.

- Fin -

Méthodologie : L'étude quantitative en ligne a été menée entre décembre 2018 et mars 2019 en Chine, en France, en Allemagne, en Italie, au Japon, en Corée du Sud, en Espagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis avec l'Ipsos Online Panel. 21 000 personnes ont été invitées à participer à l'étude via un e-mail personnalisé. Sur les marchés établis avec une haute pénétration d'Internet, les résultats peuvent être considérés comme représentatifs pour la population en âge de travailler (18-69, 18-59 ans en Corée du Sud). En Chine, la pénétration d'Internet est plus faible : les résultats doivent donc être considérés comme représentatifs pour une population urbaine, affluente et connectée. En Chine, l'âge maximum des personnes interrogées était de 54 ans, et leur niveau d'éducation était relativement élevé. La proportion élevée de sondés jeunes et éduqués peut avoir influencé les résultats de l'étude.

L'initiative « &Audi » vise à contribuer à l'utilisation responsable des nouvelles technologies. À cet effet, l'initiative rassemble des leaders d'opinion des domaines commercial, scientifique et public. Ce réseau interdisciplinaire discute de la façon dont, par exemple, l'intelligence artificielle peut être appliquée pour bénéficier à l'individu et à la société, et améliore ainsi la conscience du fait que notre avenir à

l'ère de l'intelligence artificielle peut et doit être défini activement. Les sujets principaux sont la confiance dans la conduite autonome et l'avenir du monde du travail à l'ère de l'intelligence artificielle.

Le **groupe Audi** composé des marques Audi, Ducati et Lamborghini est l'un des constructeurs d'automobiles et de motocycles haut de gamme qui remportent le plus de succès. L'entreprise est présente sur plus de 100 marchés dans le monde entier et produit des véhicules sur 18 sites implantés dans 13 pays. AUDI AG possède plusieurs filiales à 100 pour cent, dont les sociétés Audi Sport GmbH (Neckarsulm/Allemagne), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italie) et Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologne/Italie).

En 2018, le groupe Audi a livré à ses clients environ 1,812 million d'automobiles de la marque Audi ainsi que 5 750 voitures de sport de la marque Lamborghini et environ 53 004 motos de la marque Ducati. AUDI AG a réalisé au cours de l'exercice 2018 un résultat d'exploitation de 4,7 milliards d'euros pour un bénéfice d'exploitation avant éléments exceptionnels de 59,2 milliards d'euros. L'entreprise emploie actuellement quelque 90 000 personnes dans le monde entier, dont environ 60 000 en Allemagne. Audi se concentre sur des produits et des technologies durables pour l'avenir de la mobilité.
