

# La voiture connectée conduira les bénéfices des opérateurs

L'Idate vient de se pencher sur le marché de la voiture connectée. Le système de communication embarquée des véhicules constitue leur axe principal d'évolution plus que les caractéristiques mécaniques désormais (même si les développements se poursuivent, notamment sur la consommation des moteurs). Et les constructeurs historiques élaborent de nouvelles stratégies pour ne pas rester à l'écart d'un marché prometteur dans lequel des géants de la high-tech ont déjà mis le pied à l'image de Google et sa voiture autonome, de Tesla et ses véhicules électriques, et prochainement d'Apple.

Il s'agit, pour le moins, d'apporter un ensemble de services qui iront de l'assistance à la conduite au dialogue avec les prestataires de services (stationnement, concessionnaires, commerces alentours...) en passant par la gestion de la sécurité sur la route. Sans oublier les systèmes d'informations et de divertissements distribués au sein de l'habitacle. Les Américains considèrent notamment la voiture comme une deuxième maison, il n'est pas insensé d'y espérer l'accès à Internet en standard à l'heure du très haut débit mobile 4G.

## 40% de croissance annuelle en Europe

Bref, tous les constructeurs intègrent des stratégies visant à connecter leurs voitures, parfois poussés par la réglementation. Ainsi, les véhicules neufs européens devront, à partir de fin 2018, **intégrer eCall**, le dispositif permettant aux véhicules de contacter automatiquement les services d'urgence après un accident. En conséquence, le marché mondial comptera pas moins de 420 millions d'automobiles connectées en 2020, estime l'institut montpellierain spécialisé dans l'économie des TIC (technologies de l'information et la communication). Avec une croissance annuelle moyenne de 34% qui dopera le parc actuel, composé de 74 millions de voitures connectées en 2014. Les estimations de l'Idate marquent une accélération nette par rapport [aux 250 millions de véhicules avancés par Gartner](#) en début d'année.

Portée par eCall, l'Europe devrait bénéficier d'une progression annuelle de 40%. Mais c'est l'Asie qui, à la fin de la décennie, devrait compter le plus d'autos connectées, estime Samuel Ropert, consultant pour l'Idate, sans toutefois en préciser le nombre dans son [billet de blog](#). Selon une étude réalisée en 2013 par le cabinet SBD pour la GSMA (l'association des industries mobiles), l'Europe devrait compter 41,7 millions de véhicules connectés en 2018. En matière de valeur, l'Amérique du Nord s'inscrira comme le premier marché pour ces futurs véhicules « *surtout en raison d'un ARPU plus élevé que partout ailleurs dans le monde, tant pour les offres télématiques que d'infotainment* », explique l'analyste de l'Idate.

## 9 milliards de dollars en 2020

Le marché de la connectivité pour les voitures représentera globalement 9 milliards de dollars en 2020, manne que se partageront les constructeurs, les éditeurs et les opérateurs. Les revenus

proviendront en effet de la connectivité à travers les systèmes embarqués, mais aussi, indirectement, de l'usage des smartphones. Et trois types de technologie de connectivité y seront associés : les systèmes embarqués types Google Auto ou Apple (dans 63% des cas), les systèmes intégrant le smartphone (23%) éventuellement agrémentés de solution type Mirror Link (d'affichage du smartphone sur un écran dédié) et les systèmes propres aux constructeurs (14%) qui peuvent néanmoins s'appuyer sur le smartphone comme modem Internet.

Quel que soit le modèle, la voiture connectée devrait constituer une aubaine pour les opérateurs mobiles M2M qui pourront espérer vendre des abonnements supplémentaires. « *Au-delà d'applications d'assistance à la conduite, l'automobile est vue, par les opérateurs télécoms, comme un terminal mobile additionnel, associé à des profils de consommation potentielle élevée pour des usages comme l'Internet mobile, les divertissements à la demande ou l'utilisation de hotspot mobiles* », souligne Samuel Ropert. Selon SBD, le marché de la connectivité génèrera 4,1 milliards de dollars dès 2018. Il restera néanmoins à vérifier l'appétence des consommateurs pour de tels services et, surtout, leur aptitude à les payer. A moins qu'un modèle à la Android et financé par la publicité ne vienne donner l'illusion de la gratuité...

---

#### **Lire également**

[PSA Peugeot Citroën ouvre ses voitures connectées aux éditeurs](#)

[Gartner met la voiture connectée au sommet de son Hype Cycle](#)

[Toyota mise 50 millions de dollars sur l'IA dans ses voitures](#)

**crédit photo @ syda production-Shutterstock**