



**Inès CHEAIB**  
Ecole polytechnique  
23 ans

## ***Je te transporte, donc je suis***

**L**e premier objet connecté qui s'apprête à changer totalement nos usages est la voiture : la célèbre KITT de notre enfance dans K2000 n'est plus une fiction. Peut-être que cette voiture connectée ne « pense » pas comme KITT, mais en nous transportant, elle est « animée » des données de notre quotidien qui lui confèrent ainsi une sorte d' « âme ».

*Depuis un mois je réfléchis à renouveler ma voiture. Presque neuve, 7 ans, toujours bien entretenue et presque pas rayée, elle consomme trop et ne répond plus à mes nouveaux besoins. Dimanche, mon constructeur m'envoie un whatsapp me félicitant pour ma bonne conduite, et me propose une offre de rachat 750 € au-dessus de ce que j'avais en tête ! Je ne savais pas que Titine valait aussi cher ! Je me rends l'après-midi même chez mon concessionnaire et j'essaie le dernier modèle dont j'ai tant entendu parler. Le soir je décide donc de l'acheter en ligne, avec le code promotion qu'il m'a envoyé. La promo s'applique automatiquement et le prix de rachat de Titine est déjà dans l'offre ! 3 clics. New-Titine m'attend le lendemain matin chez mon concessionnaire, le plein fait. Avec une larme au coin de l'œil je lui remets les clefs de Titine. Ca y'est, je monte dans New-Titine flambant neuve ! Elle connaît déjà l'adresse de mon travail et m'indique le chemin le plus rapide pour être à l'heure à ma première réunion ; le tout au doux son de ma playlist favorite. En sortant du travail, je rentre dans ma voiture qui est à la parfaite température : la climatisation s'est mise en marche au moment où j'ai quitté mon bureau. Une fois installée, elle envoie automatiquement un SMS à mon ami lui indiquant mon départ, et en arrivant la porte de garage de la résidence la reconnaît et s'ouvre à mon approche : ça y est, New-Titine s'est bien intégrée à ma routine!*



Figure 1 : Michael Knight et KITT dans K2000

## ***Mais on va me suivre jusque dans ma voiture!***

Est-ce que cette histoire vous fait peur ? Pour une fois qu'on ne vous parlait ni de Google ni de votre assurance qui ensemble surveillent vos moindres faits et gestes à des fins lucratives ... et maintenant même mon concessionnaire ? Parmi tous ces acteurs, avec qui devrais-je partager ces données qui « animent » ma voiture ?

A cette question complexe sur ma liberté individuelle, je répondrais qu'en tous cas, je préfère que mon constructeur utilise ces données afin d'améliorer mon expérience de conduite plutôt qu'il ne les vende à mon assureur<sup>1</sup> (je vous rappelle que Titine a quelques rares rayures...). Le constructeur qui m'offre ce dont j'ai besoin, quand j'en ai besoin, c'est exactement ce que je souhaite. Et comme 97% des automobilistes utilisent déjà en 2014 internet pour se renseigner sur les modèles avant d'acheter, mon constructeur s'adapterait ainsi simplement à cette réalité.

Mais ce qui est révolutionnaire c'est que cette expérience connectée ne passe pas seulement par l'achat de ma voiture ou par la simple conduite mais aussi par son intégration aux services annexes et à la vie quotidienne. Alors, que mon constructeur rende possible l'accès à mes données à un tiers pour qu'il optimise mon expérience, oui, qu'il les lui revende, non.

### ***Qui va donner vie à Titine ?***

Tout ce qui est décrit ici sera possible dans moins de cinq ans. Les automobilistes<sup>2</sup> et les technologies sont prêts. Bien sûr si ce ne sont pas les constructeurs qui prennent le tournant nécessaire, alors ce sera un acteur du type Google qui investira dans ces offres de service et ce schéma de distribution.

Si les voitures ne sont pas encore en vente sur internet, c'est que la distribution automobile est trop compliquée pour que les acteurs du web l'investissent. Aujourd'hui les concessionnaires orientent leurs offres suivant les objectifs annuels fixés par les constructeurs et pas encore suivant mes besoins. Il faudra donc repenser entièrement la chaîne de valeur de l'automobile : vente sur internet, estimation prédictive du prix de rachat en fonction de l'entretien et de la conduite, anticipation du modèle de remplacement et du meilleur moment pour la vente etc...

L'ampleur de la tâche est vaste, les technologies impliquées ne sont pas toujours maîtrisées dans le milieu automobile<sup>3</sup>. Mais les mouvements chez certains constructeurs sont lancés et les premiers résultats seront visibles dès cette année chez certains acteurs allemands comme BMW<sup>4</sup> qui a compris l'importance de « l'âme » de la voiture dans la compréhension des clients.

### ***Demain on n'achètera plus de voiture, mais notre mobilité***

Il faut que les constructeurs saisissent rapidement cette chance sinon la voiture revivra l'histoire du smartphone : l'effacement de la marque au profit du système d'exploitation. Aujourd'hui je peux changer de téléphone et en 2 clics retrouver tout son contenu. Demain ce sera aussi facile pour la voiture. C'est à l'image de la conception cartésienne de l'homme : le corps est fini mais l'âme immortelle.

Allons plus loin dans le raisonnement : quel est donc l'intérêt de détenir une voiture ? Pourquoi ne pas acheter sa mobilité en utilisant n'importe quelle voiture ? A chaque instant, 90% du parc roulant est à l'arrêt, ne gagnons-nous pas en terme financier, écologique et de commodité ? La connectivité permettra d'optimiser le covoiturage mais aussi d'ouvrir n'importe quelle voiture avec son téléphone en se retrouvant au final toujours dans la même immortelle Titine!

Le meilleur exemple d'objet connecté « animé » est donc certainement la voiture. Nous tendrons peut-être même dans les prochaines années à oublier sa forme physique pour retrouver son « âme » n'importe où. Tant que ces informations ne sont pas revendues mais traitées de façon à optimiser mon expérience, pas d'inquiétudes. Mais pour cela il y a un profond changement à opérer dans l'industrie automobile en repensant le développement et la distribution autour des usages de conducteur. Les premiers à changer de référentiel seront en pole position de la course du 21ème siècle.

## NOTES

1. On voit typiquement depuis le début du printemps 2014 fleurir des offres « pay as you drive » en France. En effet, Axa, Allianz, Maaf et Direct Assurances ont lancé chacun une application sur smartphone pour aider les assurés à mieux conduire : ces applications prennent en compte la position, la vitesse, l'accélération, le freinage et la tenue sur la route. Ainsi le conducteur reçoit une note et un classement qui lui permet d'être récompensé de façon pécuniaire sa pour bonne conduite : l'assurance prend moins de risque, le conducteur gagne de l'argent.
2. Selon le rapport *The Wearable Future* de PwC, 70 % des sondés en France accepteraient d'installer un capteur de données dans leur voiture.  
Selon l'étude *Cars Online* de Capgemini, un consommateur sur deux (49% en France) est favorable à ce nouveau circuit de commercialisation.
3. Il s'agit de préparer l'ensemble du parc roulant à récupérer des informations en équipant les nouvelles voitures des connectivités et capteurs nécessaires pour donner plus d'agilité au développement de « services soft » pour la voiture.
4. Avec le service BMW ConnectedDrive

## SOURCES

- **L'Argus**, *Jusqu'où le concessionnaire peut-il personnaliser une voiture?*, Emmanuel Gavache et Inès Cheaib, 12/2014
- **7pm auto**, « Montain view vous salue bien » débat télévisé, 11/2014
- *Stop google, La machine Google ne s'arrêtera pas aux portes de la voiture*, Franck Cazenave, 10/2014
- **Aruco.com**, *L'automobile connectée va-t-elle remettre en cause les principes fondamentaux de l'assurance*, Inès Cheaib, 11/2014
- Etude *Cars Online* de Capgemini, 2014
- Etude *The Wearable Future* de PwC, 2014