

Des options par abonnement, le futur de la voiture?

Par **Thomas Bernard**

Des constructeurs proposent ce type de service, transformant le véhicule en une plateforme évolutive. Le client peut ainsi tester brièvement une option et ne payer que son usage réel.

Un siège chauffant payé seulement en hiver. Des phares plus intelligents contre quelques euros. Un régulateur de vitesse débloquent par le second propriétaire d'un véhicule. Une révolution majeure s'imisce dans l'industrie automobile depuis quelques années: l'arrivée des options «à la demande».

Concrètement, le conducteur opte pour une formule mensuelle, à l'année ou en illimité. Il peut ainsi ajouter telle ou telle fonctionnalité à l'envi, même après l'achat. Le véhicule possède d'origine toutes les pièces permettant de les activer, moyennant paiement. Certaines marques sur le segment «premium» –Audi, BMW, Mercedes-Benz, etc.– proposent déjà ce type d'abonnement depuis plusieurs années, mais le service est appelé à se généraliser progressivement à toutes les gammes. Parmi

les dernières marques à s'être lancées, on citera notamment Hyundai.

Gros succès sur le marché de l'occasion

L'avènement de la «voiture-logiciel» a permis ce nouveau champ d'application pour les constructeurs, qui peuvent plus facilement faire évoluer leur produit. Les voitures actuelles sont déjà mises à jour sur plusieurs points, gratuitement, pour, par exemple, changer de version du système d'exploitation ou combler des failles de sécurité. Proposer de rajouter des fonctionnalités payantes à la demande n'est que l'étape supplémentaire de ce mouvement. Parmi les options disponibles, selon les marques, l'activation des dashcams, l'intégration d'Apple CarPlay, le trafic en temps réel sur les cartes de navigation, voire même l'amélioration du rayon de braquage.

«Cette nouvelle offre rencontre un certain succès, confirme Bastien Van Den Moortel, porte-parole de Mercedes-Benz en Belgique. Notamment sur le marché de l'occasion, puisqu'il est possible pour un second propriétaire d'ajouter des fonctions et de personnaliser

davantage son véhicule.» «Ça offre plus de flexibilité au conducteur lorsque ses besoins changent, ajoute Olivier Van Hoorebeke, chez Audi Belgique. On peut prendre les phares matriciels en option si l'on roule beaucoup la nuit, par exemple. Tout cela est évidemment disponible lors de la configuration à l'achat du véhicule. L'option pour ces phares coûte près de 400 euros hors TVA, ou 17 euros pour un mois d'abonnement.»

Un flux de revenus récurrents

L'intérêt mis en avant pour le client final s'accompagne de gains évidents pour le constructeur. Ainsi, lors du montage, si les véhicules disposent du même matériel, la fabrication est facilitée et la configuration du véhicule plus évidente. Tesla a été l'une des marques pionnières dans ce domaine. Ses véhicules sont bardés de nombreux capteurs pour la conduite autonome par exemple, même si celle-ci n'est pas encore généralisée. La partie matérielle déjà présente à bord est prête à profiter d'une mise à jour future.

«Il est évident que réduire le nombre de versions représente un gain pour le fabricant. Si tout le hardware est présent





Une voiture bardée d'options à débloquer à l'envi, une façon pour les marques de multiplier les revenus.

et qu'il suffit de l'activer, on enlève une couche de complexité. Le client n'a plus une tonne de choix à réaliser lors de la configuration», avance Willem Standaert, professeur associé en marketing à HEC Liège (ULiège). Ces gains sur les coûts de fabrication s'accompagnent surtout d'un effet positif sur les revenus. «Le constructeur crée un flux de rentrées plus récurrentes lors de l'achat de voiture. Cela participe à un basculement généralisé, observé dans plusieurs secteurs, des revenus provenant des produits vers ceux des services, qui sont extrêmement rentables», détaille le professeur.

Nouveaux points de contact avec la marque

Ce changement de modèle participe aussi à la fidélisation du client. «Ce système permet d'interagir plus régulièrement avec une marque. Auparavant, après l'achat, vous n'aviez plus vraiment d'interaction avec le constructeur. Vous vous adressiez au concessionnaire pour tous les services dont vous pouviez avoir besoin, et c'est tout. On entre dans une nouvelle relation avec plus de fidélité», poursuit le spécialiste. Un point confirmé par une étude de

«Si tout le hardware est présent et qu'il suffit de l'activer, on enlève une couche de complexité.»

Deloitte sur la fidélité aux marques de voitures.

Ces multiples contacts permettent aussi au fabricant de mieux savoir comment ses clients interagissent avec ses produits et sa marque. In fine, il peut pousser les bons produits ou services vers les bons clients, ceux les plus susceptibles d'ouvrir le portefeuille. Là aussi, dans une logique d'acquisition et de rétention des acheteurs.

Certaines premières expériences d'options «par abonnement» n'avaient pas été satisfaisantes, forçant les marques à enclencher la marche arrière. Le public semble davantage prêt aujourd'hui, même s'il reste des freins. «Que la voiture embarque déjà tout le matériel peut créer un sentiment de trahison ou d'injustice, l'impression de payer une deuxième fois ce qu'on a déjà. C'est surtout vrai pour certaines catégories d'options, plus techniques, davantage liées au matériel de la voiture et à son comportement de conduite. A contrario, débloquer des fonctions plus logicielles, comme l'intégration de votre smartphone au tableau de bord sera mieux perçu par le consommateur. Ce dernier n'a pas le même sentiment de propriété sur du tangible ou du numérique», ajoute Willem Standaert.

La question du piratage, permettant l'activation des fonctions hors du cadre prévu, se pose également. Si l'utilisateur juge l'activation abusive, il sera moins enclin à payer. Les marques assurent être prêtes, les mises à jour OTA (*over-the-air*, à distance, sans connexion directe) des véhicules permettant de garder un certain contrôle sur la partie logicielle. Contourner le système prévu, c'est aussi prendre le risque de ne plus pouvoir être servi chez un concessionnaire authentifié et de garder son véhicule à jour. Une nouvelle donne importante pour la sécurité d'une automobile, alors que celles-ci poursuivent leur mutation en de vrais ordinateurs sur roues. ●