

# Accompagner l'évolution des mentalités sur les véhicules automatisés

## Contexte

Si les chiffres sont essentiels pour évaluer l'opinion des utilisateurs sur un objet ou un service de mobilité automatisé, il est également important de prendre en compte une approche qualitative basée sur un contenu verbal. Cette approche enrichit les données en analysant la perception d'un objet ou d'un service de mobilité automatisé, tel qu'un véhicule automatisé (VA), qu'ils l'utilisent déjà ou envisagent de le faire à l'avenir.

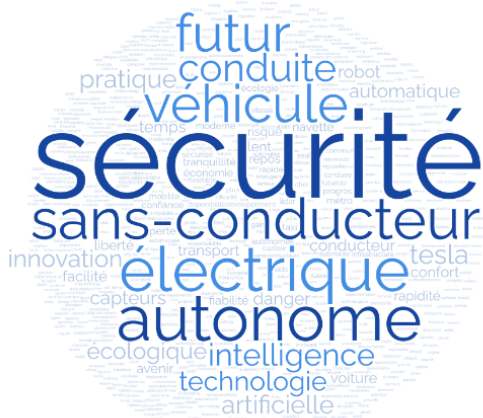
## Méthode

Nous avons demandé à 845 participants de partager les mots ou les expressions qui leur viennent à l'esprit lorsqu'on évoque les véhicules automatisés. Parmi ces participants : 458 personnes étaient des utilisateurs potentiels (n'ayant pas vu ou interagi avec un VA) et 387 étaient des utilisateurs réels (ayant déjà essayé un VA).

## Image mentale du VA

### Avant et après utilisation

Les utilisateurs potentiels ont donné 689 mots différents tandis que les utilisateurs réels en ont fourni 465.



Pour les utilisateurs potentiels



Pour les utilisateurs potentiels

# Recommandations

La priorité est d'axer la communication sur la sécurité du VA. Il est crucial de souligner que malgré l'absence de conducteur et l'automatisation, la sécurité reste une caractéristique primordiale du VA.

L'utilisation d'éléments visuels (vidéos ou affiches publicitaires) pour montrer que le VA, même s'il est sans conducteur et automatisé, rassure les utilisateurs potentiels car il correspond à la représentation du véhicule.

Mettre en valeur le côté pratique du service (horaires, lieux de passage, couverture géographique par exemple) pour fidéliser les utilisateurs réels. Ces derniers deviendront des « relais » d'information sur cette praticité auprès d'utilisateurs potentiels, les encourageant ainsi à utiliser le VA.

Communiquer sur le fait que « le VA, aujourd'hui c'est possible ! », invite le public à envisager une utilisation dès aujourd'hui et non seulement dans le futur.

En effet, le mot central « futur » ressort de l'étude auprès d'utilisateurs réels. Cela se traduit par le fait qu'ils y attachent une importance. Les actions permettront de démarrer, en douceur, une transition sans remise en question de l'usage afin de garantir la durabilité de l'usage et permet de se prémunir d'un effet de mode qui ferait que l'usage du véhicule automatisé soit délaissé rapidement.

Il est important que les communications mettant en avant la sécurité, le caractère pratique et le côté visuel de l'autonomie des VA et l'absence de conducteur soient cohérentes et régulières afin d'accompagner l'évolution des « mentalités ». Cela permettra de favoriser l'acceptabilité auprès de potentiels utilisateurs et une durabilité d'utilisation pour ceux qui les utilisent déjà.

## Conclusion

L'exploration des mentalités donne un contenu précis et directement mobilisable ne serait-ce que dans les communications, de sorte à rester en cohérence avec le sens commun. Telle cohérence est rassurante et permet d'accélérer de fait l'acceptabilité a priori et l'acceptation - appropriation des objets de mobilité automatisés (en insistant par exemple sur la sécurité et le caractère pratique de l'usage de ces objets).