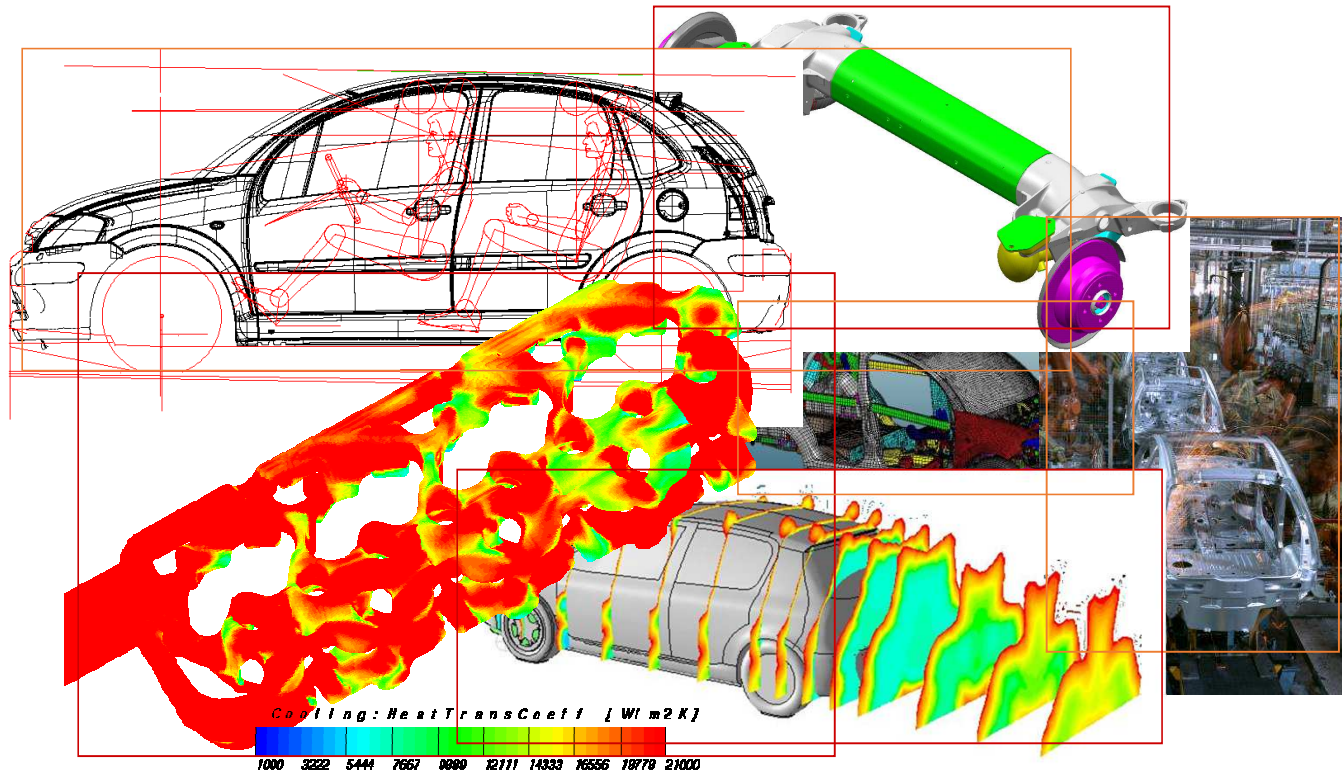


Vehicle System Design



Module description

What should be the futur of automobile and how to design it ?

Insight into major issues of vehicle design

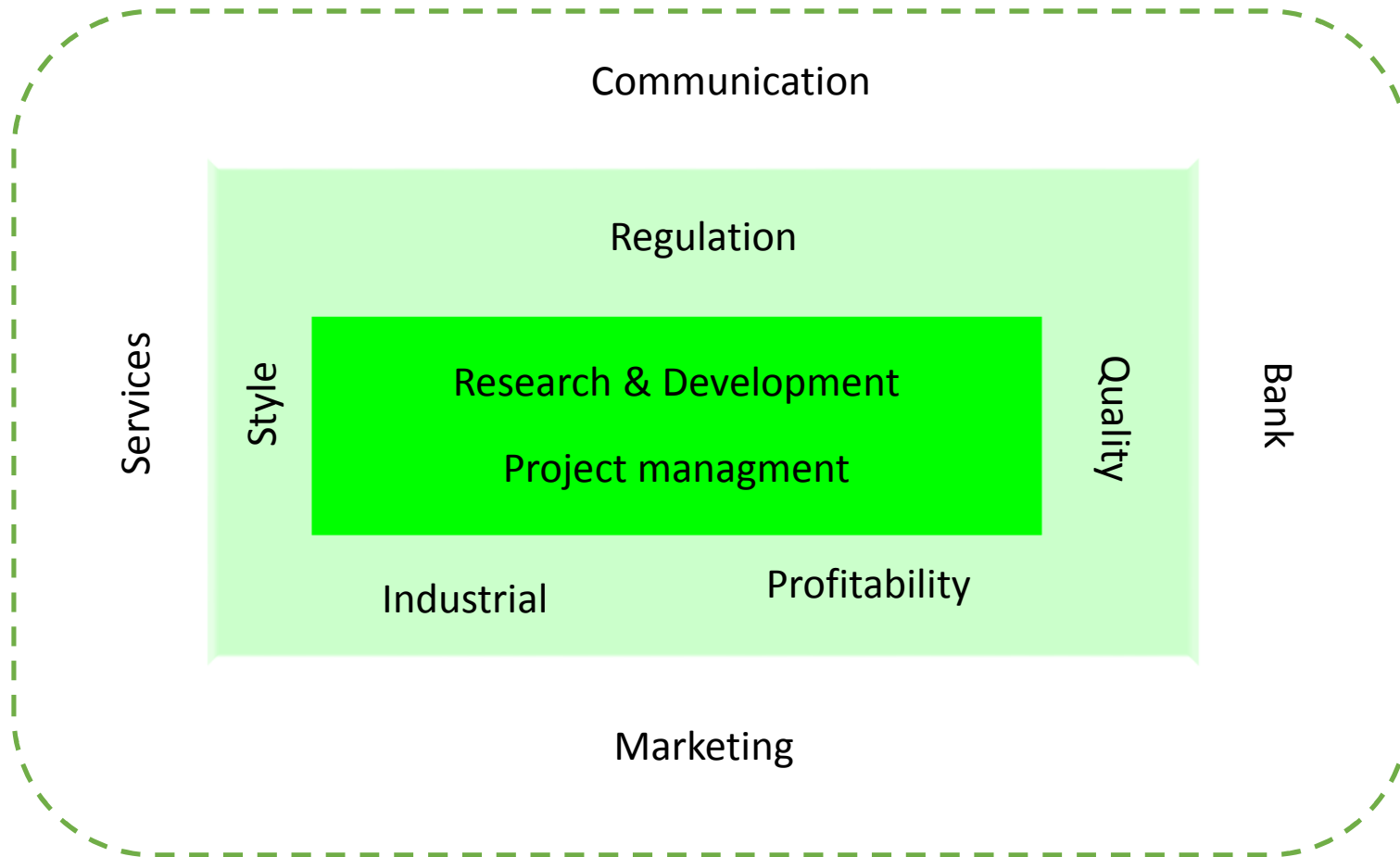


What is a smart car ?

What about digital in vehicle design ? Today and tommorow

... ?

Module description



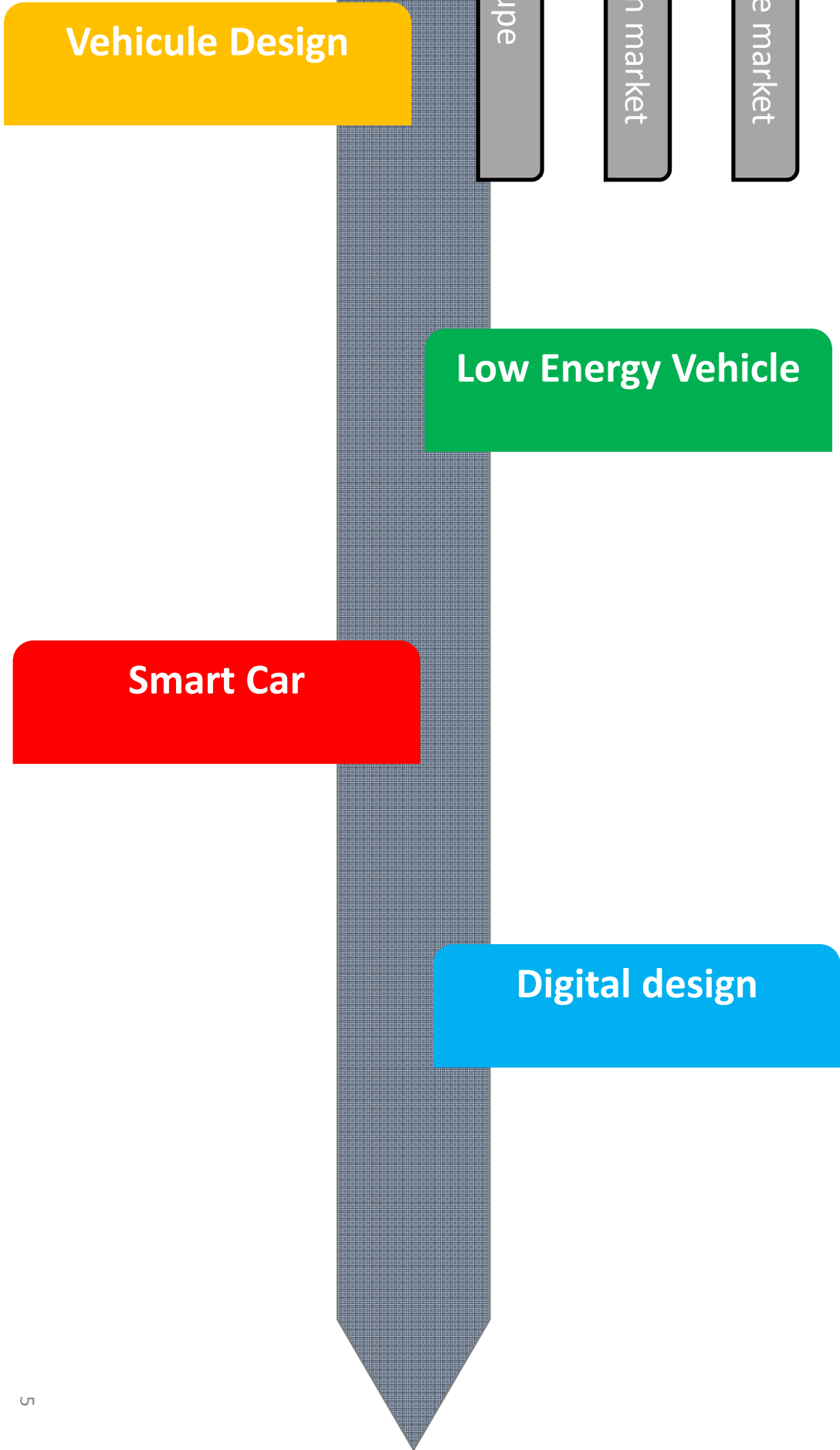
Automobile Market

Vehicle Design

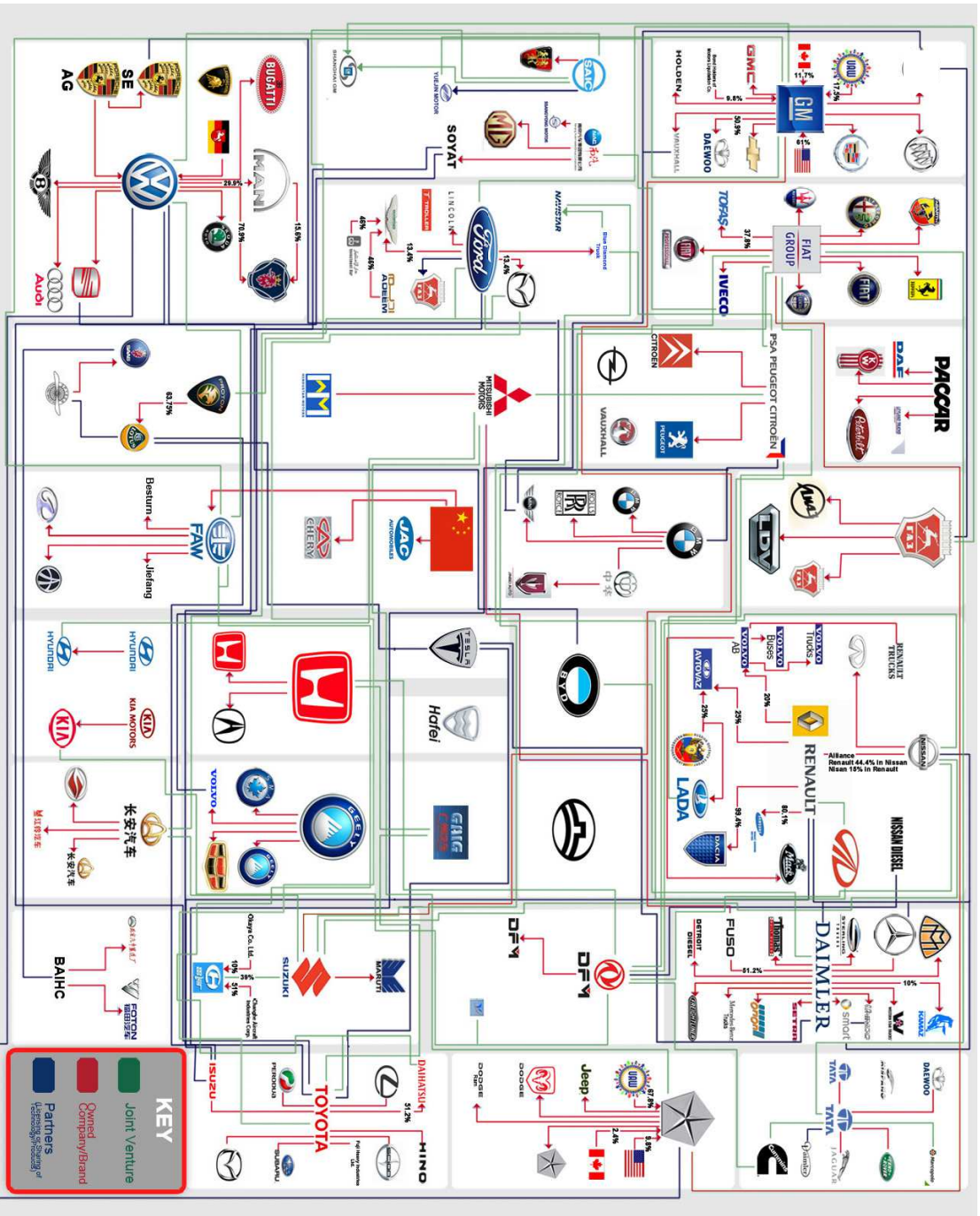
Low Energy Vehicle

Smart Car

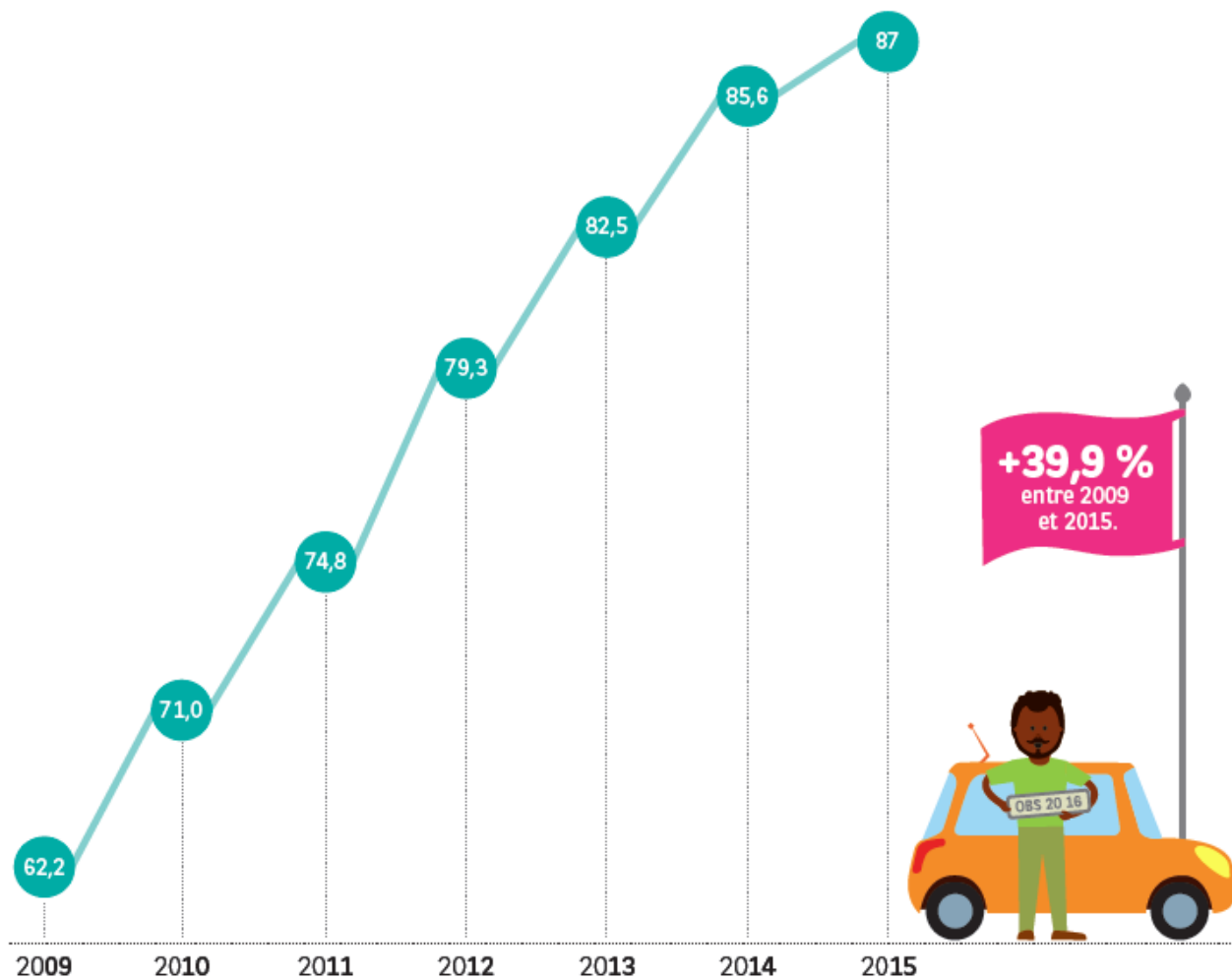
Digital design



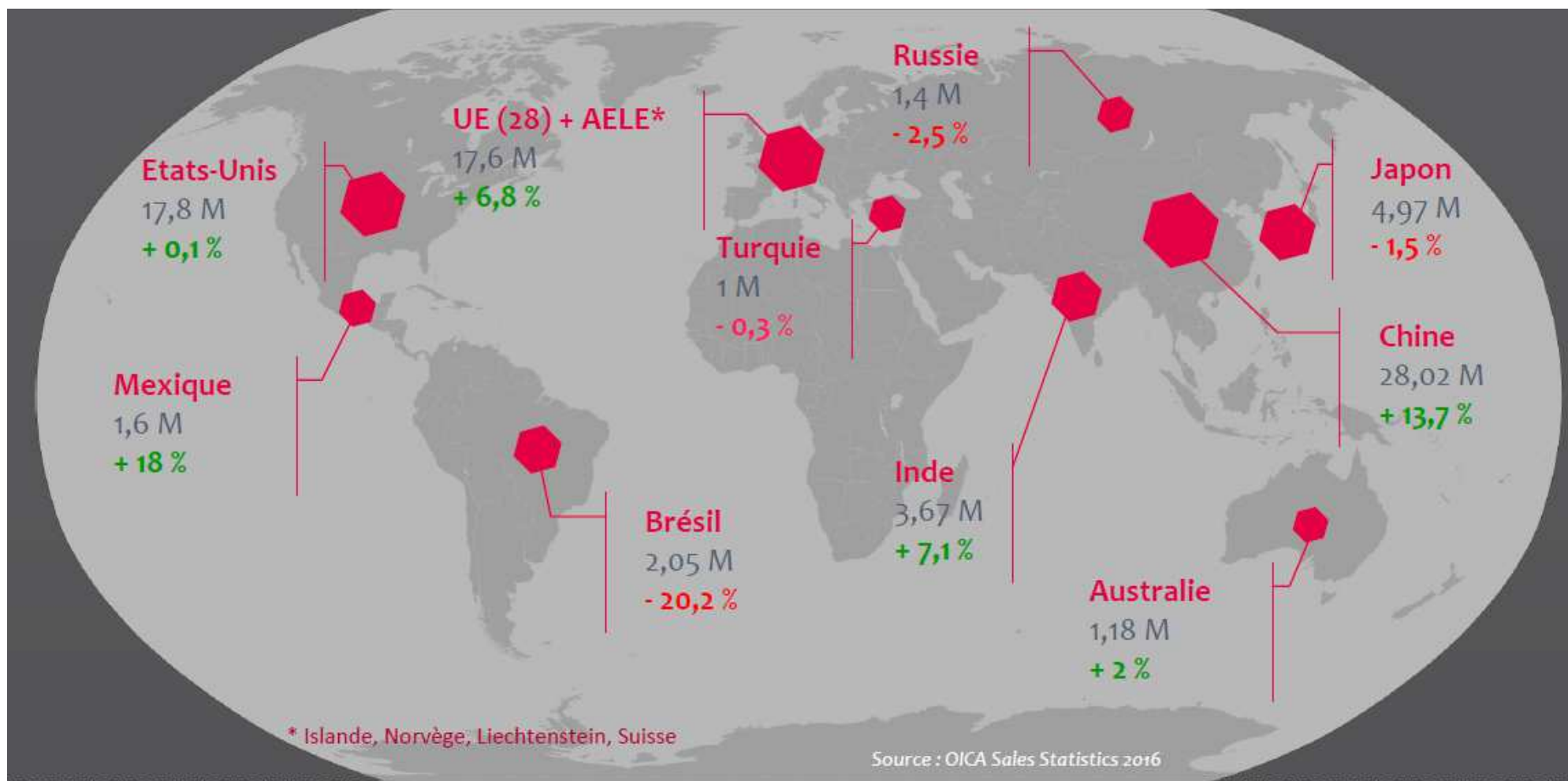
Car makers



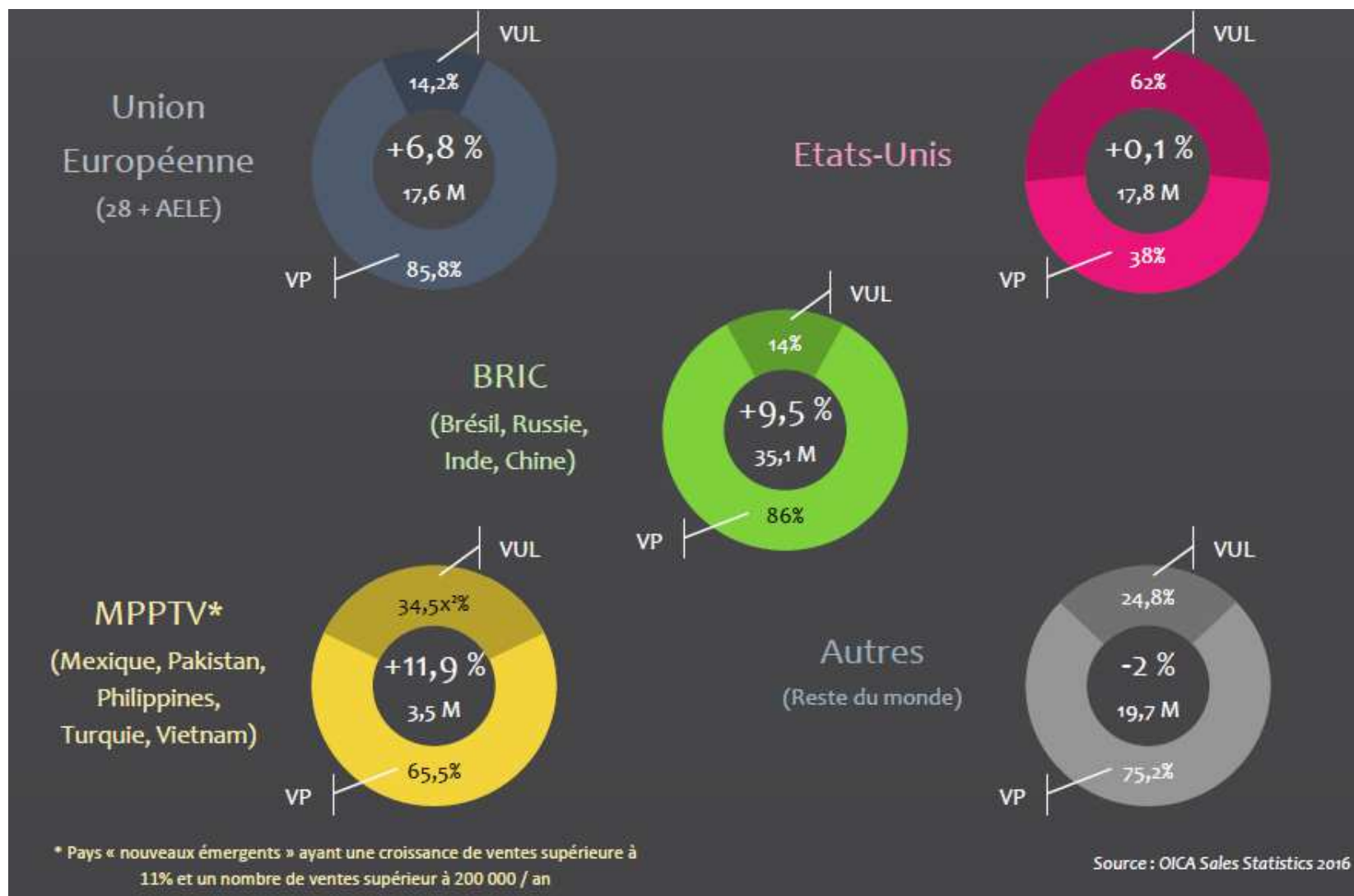
Worldwide Market 2009 - 2016



Worldwide Market 2016



Worldwide Market 2016 – VP / VUL distribution



Worldwide Market – Focus on different countries

ÉTATS-UNIS

La note attribuée à la voiture par les Américains est la plus faible du panel. Celle-ci fait désormais moins rêver et est souvent perçue comme onéreuse. Cependant, au pays de la Google Car, la voiture reste synonyme de modernité.

Représentation générale de automobile

% J'ai une bonne image de la voiture en général



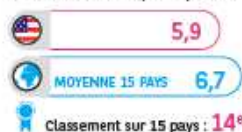
% J'adore conduire



Attachement à la voiture (note de 1 à 10)

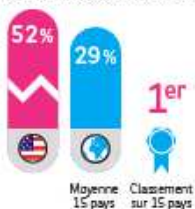


Attachement au téléphone portable (note de 1 à 10)



Caractéristiques des marchés automobiles

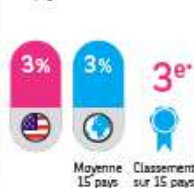
% SUV dans les ventes VL 2015



% premium dans les ventes VP 2015



% hybrides dans les ventes VP 2015
* 20 pays



CHIFFRES CLÉS

81% La voiture est une marque de modernité	88% La consommation de carburant est un critère d'achat important	37% L'automobile me fait rêver aujourd'hui	92% La voiture coûte cher	65% Je ne serais pas prêt à dépenser plus que de raison pour m'offrir une belle voiture
Moyenne des 15 pays	74%	93%	52%	89%
Classement sur 15 pays	3 ^e	14 ^e	14 ^e	5 ^e

Source : L'Observatoire Cetelem/BVAPE

CHINE

Les Chinois plébiscitent largement l'automobile et sont ceux qui en ont la meilleure image. Les voitures neuves les font rêver et ils sont ceux qui se montrent les moins regardants à la dépense.

Représentation générale de automobile

% J'ai une bonne image de la voiture en général



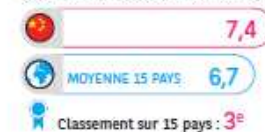
% J'adore conduire



Attachement à la voiture (note de 1 à 10)



Attachement au téléphone portable (note de 1 à 10)



Caractéristiques des marchés automobiles

% SUV dans les ventes VL 2015



% premium dans les ventes VP 2015



% hybrides dans les ventes VP 2015
* 20 pays



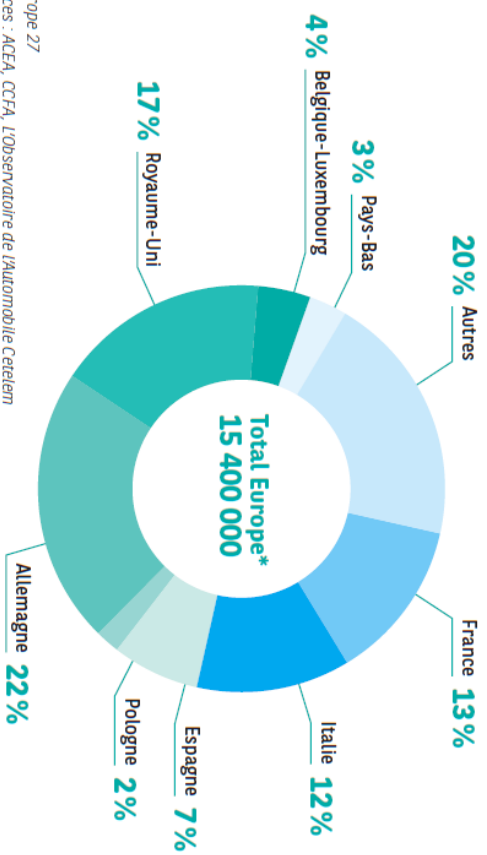
CHIFFRES CLÉS

88% Le style/design est un critère d'achat important	82% L'image de soi renvoyée par la voiture est un critère d'achat important	94% La voiture est une marque de modernité	85% L'automobile me fait rêver aujourd'hui	93% Je serais prêt à dépenser plus que de raison pour m'offrir une belle voiture	63% Le « Dieselgate » m'a conduit/me conduira à ne pas acheter ces marques lors d'un prochain achat automobile
Moyenne des 15 pays	81%	52%	74%	52%	47%
Classement sur 15 pays	1 ^{er}	1 ^{er}	1 ^{er}	1 ^{er}	2 ^e

Source : L'Observatoire Cetelem/BVAPE

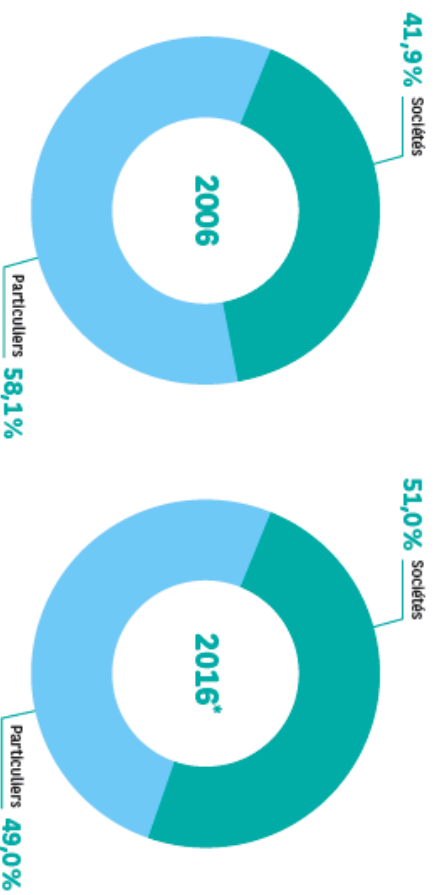
European Market

Immatriculations de véhicules particuliers neufs en Europe* en 2016



* Europe 27
Sources : ACEA, CCFE, L'Observatoire de l'Automobile Cetelem

La structure du marché du véhicule particulier neuf en France en %



* Estimation et prévisions de L'Observatoire Cetelem de l'Automobile

Les principales marques en Europe

Marque	Part de marché janvier/juin		Part de marché janvier/juin	
	2015 en %	2016 en %	2015 en %	2016 en %
VOLKSWAGEN	12,2	11,2	SEAT	2,3
RENAULT	7,0	7,4	VOLVO	1,9
FORD	7,2	7,0	MAZDA	1,6
OPEL/AUXHALL	6,7	6,7	SUZUKI	1,3
PEUGEOT	6,1	5,9	MINI	1,3
AUDI	5,4	5,5	LAND ROVER	1,1
BMW	5	5,3	HONDA	1,1
MERCEDES	5,0	5,3	MITSUBISHI	0,8
FIAT	4,8	5,2	SMART	0,7
SKODA	4,3	4,3	JEEP	0,7
TOYOTA	4,0	3,9	LANCIA/CHRYSLER	0,5
CITROEN	4,0	3,8	ALFA ROMEO	0,4
NISSAN	4,1	3,7	JAGUAR	0,4
HYUNDAI	3,2	3,2	LEXUS	0,3
DACIA	2,8	2,8	CHEVROLET	0,0
KIA	2,7	2,8		

Source : ACEA

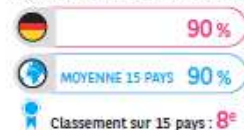
Worldwide Market – Focus on different countries

ALLEMAGNE

Finalement peu impactés par le « Dieselgate », les automobilistes allemands restent fortement attachés à la voiture et à la liberté qu'elle représente et sont les plus attirés par les marques premium. Pour autant, ils sont ceux qui associent le moins la voiture à un objet de plaisir.

Représentation générale de automobile

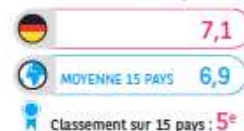
% J'ai une bonne image de la voiture en général



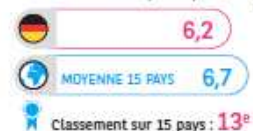
% J'adore conduire



Attachement à la voiture (note de 1 à 10)

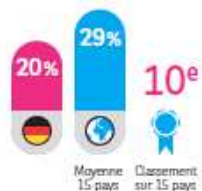


Attachement au téléphone portable (note de 1 à 10)

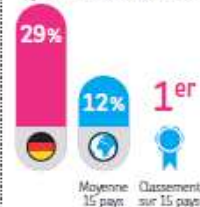


Caractéristiques des marchés automobiles

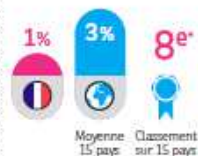
% SUV dans les ventes VL 2015



% premium dans les ventes VP 2015



% hybrides dans les ventes VP 2015 * 10 pays



CHIFFRES CLÉS

93% La voiture est synonyme de liberté, d'indépendance, d'autonomie	59% Le « Dieselgate » n'a pas eu/m'aura pas d'impact sur mon choix de marque lors d'un prochain achat automobile	57% La voiture est un objet de plaisir	76% Le style/design est un critère d'achat important	51% La voiture est synonyme de pollution
Moyenne des 15 pays	86%	48%	72%	81%
Classement sur 15 pays	2 ^e	2 ^e	15 ^e	14 ^e

Source : L'Observatoire Cetelem/BP&E

FRANCE

Si les Français se montrent moins attachés à la voiture que la moyenne et lui reprochent son coût excessif, ils n'en louent pas moins la liberté et l'indépendance qu'elle procure.

Représentation générale de automobile

% J'ai une bonne image de la voiture en général



% J'adore conduire



Attachement à la voiture (note de 1 à 10)

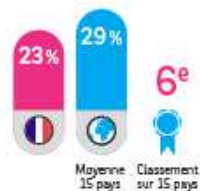


Attachement au téléphone portable (note de 1 à 10)



Caractéristiques des marchés automobiles

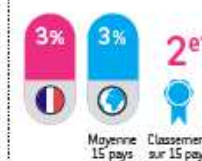
% SUV dans les ventes VL 2015



% premium dans les ventes VP 2015



% hybrides dans les ventes VP 2015 * 10 pays



CHIFFRES CLÉS

95% La voiture est synonyme de liberté, d'indépendance, d'autonomie	52% Le « Dieselgate » n'a pas eu/m'aura pas d'impact sur mon choix de marque lors d'un prochain achat automobile	95% La voiture coûte cher	71% Je ne serais pas prêt à dépenser plus que de raison pour m'offrir une belle voiture	51% La voiture est un objet de convoitise/de rêve
Moyenne des 15 pays	86%	48%	89%	53%
Classement sur 15 pays	1 ^e	4 ^e	2 ^e	14 ^e

Source : L'Observatoire Cetelem/BP&E

PSA Groupe

