



***Dynamique de diffusion de l'innovation :
facteurs d'abandon et d'enthousiasme***

Cécile CHAMARET & Virginie PEZ
Journée i3 - Mobilité • 22 septembre 2021



Photo de Thomas Edison devant une voiture électrique en 1913

Source : https://americanhistory.si.edu/edison/ed_d22.htm

- Le véhicule électrique, on en parle on en parle...
- Un problème de diffusion
- Quelles causes ?

⇒ Des innovations pour les systèmes de conception... mais aussi pour les clients !

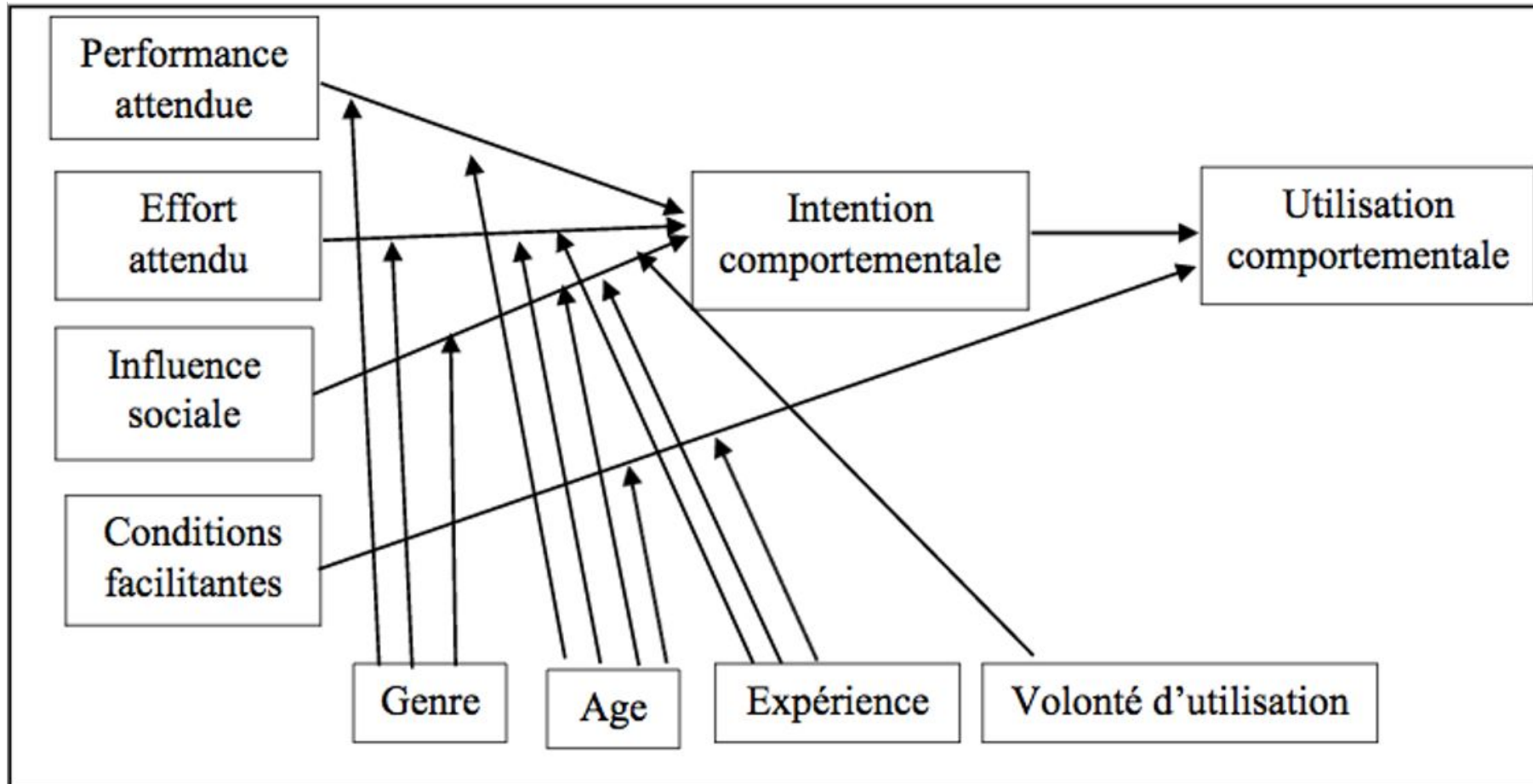


- Qui regarder ? Les résistants ?
- ⇒ **Un angle original : l'abandon**
- ⇒ **Nécessité d'une meilleure compréhension des facteurs d'enthousiasme... et d'abandon**

Le taux d'adoption d'une innovation va dépendre de :

- ❖ L'avantage relatif perçu
- ❖ La compatibilité
- ❖ La complexité
- ❖ La possibilité d'essayer l'innovation
- ❖ L'observabilité des résultats

Adoption selon le modèle UTAUT



Source : Venkatesh et al. (2003, p. 447)

- Identifier et hiérarchiser les **facteurs d'abandon et d'enthousiasme pour les innovations liées à la mobilité durable** (à travers le cas du véhicule électrique, et éventuellement les ADAS), afin de mieux les comprendre et d'aider à les maîtriser pour pouvoir les prendre en compte dans la gestion du cycle de vie de futures innovations.
- Comprendre **quels types de bénéfices sont attendus par les utilisateurs dans l'expérience de mobilité de demain**, comment les calibrer et les hiérarchiser pour offrir une expérience valorisée.

Bénéfices attendus

- Quels types de bénéfices attendus dans l'expérience de mobilité ?
- Comment les calibrer et les hiérarchiser ?

Facteurs d'abandon

- Identifier et comprendre les facteurs d'abandon
- Hiérarchiser les facteurs d'abandon

Facteurs d'enthousiasme

- Identifier les facteurs d'enthousiasme liés à l'adoption durable
- Hiérarchiser les facteurs d'enthousiasme



Bénéfices attendus

- Quels types de bénéfices attendus dans l'expérience de mobilité ?
- Comment les calibrer et les hiérarchiser ?

Récolte de données

- Entretiens et focus group
- Questionnaires sur des échantillons représentatifs
- Scénarios de mobilité du futur et tests d'acceptabilité (focus group et questionnaire)

Résultats attendus

- Caractéristiques du consommateur actuel
- Attentes et comportements de mobilité



Facteurs d'abandon & enthousiasme

- Identifier et comprendre les facteurs d'A&E
- Hiérarchiser les facteurs d'A&E

Récolte de données

- Récits de vie sur des utilisateurs (actuels et passés) de véhicules innovants :
 - Quels facteurs d'enthousiasme au départ ?
 - Quels facteurs d'abandon éventuels ?
 - Quels facteurs d'enthousiasme durables ?

Résultats attendus

- Typologie(s) de consommateurs abandonnistes et enthousiastes

MERCI

pour votre attention