

Back from CES 2024

Le « Software-Defined Vehicles », nouvel enjeu stratégique de l'industrie automobile, révèle une enquête d'AlixPartners

A la suite du Consumer Electronic Show 2024 (CES) de Las Vegas, les « Software-Defined Vehicles » et l'intelligence artificielle s'affirment comme les deux tendances majeures de l'industrie automobile. Plus que jamais, le logiciel sera au cœur de la valeur ajoutée des véhicules. L'évolution des aides à la conduite poursuit ses avancées, même si elle attire moins la lumière.

Paris, le 16 janvier – Des véhicules mis à jour à distance, optimisés comme un PC, capables de gérer des données de trafic en temps réel... L'enthousiasme croissant pour les « Software-Defined Vehicles » (SDV) réside dans leur potentiel inédit pour l'industrie automobile. Ces véhicules qui ont pour caractéristique d'embarquer des logiciels modifiables à distance sur des éléments tels que la sécurité, le confort de conduite ou les performances, offrent de nouvelles expériences et fonctionnalités évolutives tout au long de la vie du véhicule.

L'engouement pour les « Software-Defined Vehicles » se renforce

Selon l'étude d'AlixPartners, plus de 70 % des entreprises (voir méthodologie¹), tous secteurs confondus, introduiront des SDV sur le marché au cours des quatre prochaines années. Cette transition nécessitera une forte collaboration entre les constructeurs, leurs équipementiers, et les acteurs de la Tech.

Pour développer ces SDV, ils se tournent de façon assez proportionnée vers les partenariats, les acquisitions, le recours à des fournisseurs et le développement de talents. Les équipementiers insistent quant à eux très largement sur les partenariats. L'étude rapporte en effet qu'environ 65 % des équipementiers aspirent à des collaborations technologiques, contre 38 % pour les constructeurs et 48 % pour les entreprises Tech.

Par ailleurs, plus de la moitié des constructeurs créent des logiciels propriétaires pour gagner en indépendance et en souplesse. Mais au vu des coûts très élevés de développement et de l'impératif de mise rapide sur le marché, les constructeurs ont tout intérêt à favoriser les partenariats.

*« Les constructeurs ont besoin que les équipementiers se focalisent sur l'innovation à un rythme accéléré. En identifiant des solutions faciles à mettre en œuvre plutôt que de chercher à résoudre toutes les contraintes associées à la gestion des données et de la cybersécurité », a déclaré **Alexandre Marian, Partner et Managing Director chez AlixPartners.***

En effet, les équipementiers vont devoir aller vite, au risque d'être dépassés et de perdre leur plus-value face à des constructeurs et compagnies Tech qui sont déjà bien avancés sur le sujet.

¹ Enquête réalisée auprès de 180 dirigeants de l'industrie automobile (100) et de la Tech (80) en Amérique du Nord, de novembre à décembre 2023.

Au cœur de cette bataille, les talents sont clés. Le recrutement et la rétention des meilleurs ingénieurs logiciels nécessitent une approche équilibrée entre rémunération, formation, et condition de travail.

Systèmes avancés d'aide à la conduite (ADAS) : les consommateurs sont prêts à payer

Si les véhicules autonomes se sont faits plus discrets que par le passé au CES 2024, les aides à la conduite restent un chantier majeur pour toute l'industrie. Pour les constructeurs, ces fonctionnalités de conduite, associées aux possibilités des SDV, offrent de nouvelles perspectives commerciales.

AlixPartners prévoit qu'en 2030, le chiffre d'affaires annuel des systèmes ADAS pour les véhicules de tourisme atteindra 191 milliards de dollars dans le monde. Une nouvelle enquête réalisée fin 2023 auprès de plus de 3 000 utilisateurs d'automobiles (voir méthodologie²) révèle que :

- Les conducteurs ayant testé les aides à la conduite leur font davantage confiance, même s'ils en ont eu une mauvaise expérience (78 % d'avis positifs contre 60 % pour ceux n'ayant pas testé les aides à la conduite, +18 points).
- Pour un véhicule d'une valeur de 50 000 dollars, les consommateurs sont prêts à payer un premium en fonction du degré d'autonomie : de 2 800 dollars pour des systèmes de niveau 2 (automatisation partielle), et jusqu'à 16 600 dollars pour les niveaux d'autonomie totale, encore en développement (niveau 5).
- Les consommateurs chinois sont les plus intéressés par les fonctions ADAS : 89 % des consommateurs chinois interrogés sont prêts à faire des compromis sur d'autres équipements pour essayer (53 % aux États-Unis, 68 % en Allemagne), et 40 % sont prêts à payer plus cher (21 % aux États-Unis, 23 % en Allemagne). Aussi, 58 % des consommateurs chinois interrogés sont ouverts à un modèle d'abonnement (44 % aux États-Unis, 54 % en Allemagne).
- Plus de 40 % des consommateurs préféreraient un abonnement mensuel, ou pour une période donnée, plutôt qu'un paiement initial unique, ce qui indique un fort potentiel de revenus d'abonnement pour les services ADAS

« Une proportion importante des conducteurs accepte l'idée d'en profiter sur un modèle proche de l'abonnement, indique Jean-Noël Truchet, Partner chez AlixPartners. C'est très nouveau, dans une industrie où l'on a l'habitude d'être propriétaire d'un véhicule une bonne fois pour toutes. Contrôle de la vitesse, du freinage, etc. On pourrait alors imaginer accéder à ces services pour des périodes limitées, comme le temps des grands trajets des vacances d'été, par exemple. »

Des perspectives de ventes marquées par l'électrification et l'inflation

Après le trou d'air lié à la pandémie (de 2019 à 2022), 2023 a été une année de rattrapage des volumes avec 86 millions de véhicules neufs vendus, contre 79 l'année précédente (+9%). Mais au-delà de ce coup d'accélérateur, les prévisions AlixPartners tablent désormais sur une croissance lente des volumes, de 88 millions en 2024 à 94 en 2028. Les dynamiques par segment de motorisation seront très contrastées, avec la proportion de véhicule thermique qui ne va cesser de baisser, face à la hausse des véhicules électriques.

² Enquête réalisée auprès de 3239 consommateurs, âgés de 18 ans et plus, aux États-Unis (1016), en Chine (1220) et en Allemagne (1003), fin 2023.

L'Europe a été le marché le plus dynamique, face aux Etats-Unis et à la Chine, avec une hausse de 17% des volumes de ventes (17,5 millions en 2023, +17%), qui sera remplacée dès l'an prochain par une croissance moyenne de 1% par an jusqu'en 2027. A cette date, les véhicules électriques devraient représenter 36% des ventes totales, contre 64% pour les véhicules thermiques et hybrides.

C'est donc aujourd'hui la Chine qui représente le véritable eldorado des véhicules électriques. En 2027, ils devraient représenter 52% des ventes, contre 26% seulement aux Etats-Unis.

Le coût matière première des véhicules électriques baisse... au rythme de la demande

Depuis le pic de mars 2022 à 8 816 dollars, le coût matière première d'un véhicule électrique est en baisse constante, au point d'atteindre 3 693 dollars en décembre 2023. Malgré cette tendance à la baisse, le contenu matière première d'un véhicule électrique reste près de deux fois plus élevé qu'un véhicule thermique. Pour ces derniers, il est passé de 3 039 dollars depuis le pic de mars 2022 à 1 823 dollars en décembre 2023.

« La baisse du prix du lithium principalement a été impressionnante, mais il faut prendre en compte l'incertitude sur la demande de véhicules électriques, notamment liée à l'évolution des politiques de subventions. En parallèle, l'offre de lithium ne cesse d'augmenter, l'équilibre entre offre et demande est instable. Et cela pourrait générer de la volatilité », analyse Florent Delaunay, Directeur chez AlixPartners.

A propos d'AlixPartners

Depuis plus de 40 ans, AlixPartners a accompagné des entreprises à travers le monde afin de répondre rapidement et efficacement aux défis les plus cruciaux, dans le cadre de contentieux à fort enjeu, d'enquêtes d'autorités de concurrence, de gestion des risques, d'amélioration de la performance, de transformation accélérée et de restructuration complexe. Nous intervenons dans des situations critiques : un litige majeur, un changement soudain à l'échelle du marché, un déclin imprévu de la performance ou une décision difficile.

Agir lorsque le temps est compté fait partie de notre ADN. Notre approche est orientée vers les résultats pour répondre aux besoins de nos clients et nos équipes incluent des experts avec des compétences spécifiques adaptées à la situation. Nous apportons un esprit critique, des solutions concrètes, un avis éclairé et une mise en œuvre efficace jusqu'à ce que le travail soit effectué.

Notre approche aide nos clients à se confronter et surmonter les défis futurs. Nous travaillons à vos côtés et avec vos conseillers afin de vous aider à prendre les bonnes décisions.

Plus d'information sur : www.alixpartners.com