

Industrie automobile : restons connectés au présent

Par Julien Le Clère, Directeur de One to One Drive

15 %. C'est ce que représente le marché du véhicule neuf sur l'ensemble de la valeur de la filière automobile globale. Le constat ? L'avenir des 10 prochaines années de l'industrie automobile s'inscrit dans le parc automobile tel qu'il est actuellement. À savoir majoritairement thermique. Sans compter une innovation intense qui pourrait déjouer les pronostics d'un parc automobile 100 % électrique à terme.

Les technologies : un choix du marché et des usages

Ce n'est pas la première fois que plusieurs technologies s'affrontent sur le marché de la mobilité. Déjà aux prémices de l'automobile, entre le XIXe et le début du XXe siècle, la vapeur et l'électricité ont compté parmi les initiatives de la jeune industrie automobile, avant que la motorisation thermique ne s'impose pour les décennies suivantes. *In fine*, c'est donc le marché, et plus exactement les consommateurs, qui ont pragmatiquement décidé de la meilleure technologie à adopter, en fonction de leurs besoins, des usages et des coûts acceptables.

Aujourd'hui la filière automobile, pourtant mature, se retrouve dans une situation totalement opposée : malgré des efforts en recherche et développement, l'amélioration permanente des motorisations existantes et même la conception de nouveaux types de moteurs, le véhicule électrique à batterie comme seule voie possible de la mobilité du futur est un choix avant tout politique. Et malgré les efforts incommensurables déployés par les tenants de ce choix, le marché ne demeure que modérément sensible à leurs arguments, voire s'y oppose purement et simplement.

Autrement dit, ce sont une fois de plus les consommateurs qui décideront de l'avenir de l'automobile. Sur la base du signal prix bien sûr (prix du véhicule et coût d'usage : carburant et entretien) mais aussi et surtout sur la possibilité de telle ou telle motorisation à répondre à leurs usages. Et ce qui semble se profiler, au moins dans un premier temps, c'est la multimodalité, ou mix énergétique, et ce d'autant plus que les efforts d'innovation se poursuivent.

À terme, le marché automobile pourrait ainsi conserver une partie du parc en motorisation thermique, à carburants divers (pétrole, éthanol, carburants de synthèse) et y associer des véhicules électriques à batterie, à hydrogène (pile à combustible) ou autres, selon les innovations. Sans compter que la transformation digitale aura elle aussi des conséquences, encore inconnues, sur le marché : voiture connectée à son conducteur, aux autres véhicules ou encore à la route, voiture autonome, etc.

Les enjeux stratégiques des acteurs de la filière automobile

Selon qu'ils sont constructeurs, distributeurs ou acteurs de l'après-vente, tous les professionnels de l'industrie automobile n'ont ni les mêmes enjeux, ni les mêmes tempos. Ainsi les constructeurs, compte tenu du calendrier d'interdiction de commercialisation des véhicules à moteur thermique imaginé par l'Union Européenne à ce jour, sont sommés de développer les véhicules électriques à vitesse grand V.

Une réglementation qui ignore totalement l'absence de maîtrise des ressources nécessaires, notamment au développement des batteries (terres rares, métaux, etc.), ou le niveau de production électrique qu'un parc automobile 100 % impliquerait. Eu égard aux réactions du marché lorsque sonne la fin des aides publiques sur ce type de véhicules, et malgré des baisses de prix progressives des VE, la recherche & développement sur le thermique ou d'autres motorisations alternatives doit se poursuivre chez les constructeurs.

Les distributeurs, quant à eux, jouent un rôle de courroie de transmission entre le consommateur, ses envies, ses besoins et ses usages du moment, et les constructeurs, dont les cycles de développement impliquent une vision (et parfois des paris) à long terme. Et aujourd'hui, en neuf comme en occasion, le constat est sans appel : la motorisation thermique, et notamment diesel, est toujours la plus demandée.

Pour les professionnels de l'après-vente, avec un parc automobile dont la durée de vie s'allonge d'année en année, jusqu'à atteindre près de 11 ans en 2023^[1], s'ils doivent progressivement s'adapter aux demandes d'entretien de nouveaux types de motorisations, la majorité de leur activité restera encore, et pour de nombreuses années, liée au parc thermique.

Besoins immédiats & futurs : le dilemme permanent

Alors bien sûr, il ne s'agit en rien d'ignorer les mouvements, qu'ils soient endogènes ou imposés par la réglementation, sur le

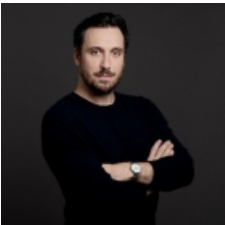
marché de l'automobile. Dès la sortie d'un nouveau modèle, les pièces devront être immédiatement disponibles sur le marché de l'après-vente, quelle que soit sa forme de motorisation. Tandis que, de façon plus générale, la filière automobile va devoir, dans son ensemble, intégrer la compétence digitale : l'électronique depuis longtemps et l'informatique plus récemment font désormais partie intégrante du paysage automobile.

En matière d'organisation du travail, les garages vont eux aussi devoir s'adapter avec, par exemple, la création de zones spécifiques pour le travail sur des véhicules à fort voltage. En leur absence, la réglementation leur interdit purement et simplement d'intervenir sur des véhicules électriques. Une adaptation qui passera également par l'apprentissage de nouvelles compétences pour les équipes. Ce qui, à ce jour, demeure difficile à anticiper tant le marché est encore volatile quant à l'avenir de telle ou telle motorisation. Sauf peut-être en matière digitale, domaine dans lequel il est à peu près certain que la connectivité des véhicules est inéluctable.

Enfin, et c'est sans doute l'élément le plus incertain, l'évolution des rôles et des business models de chaque maillon de la chaîne de valeur de la filière automobile : s'il s'agit de rester connecté au présent, il n'en demeure pas moins que les habitudes de consommation évoluent. Et comme beaucoup de marchés, celui de l'automobile se dirige doucement vers une priorité donnée à l'usage plutôt qu'à la propriété. Ce qui, pour les professionnels, implique des modèles d'affaires résolument axés, au moins partiellement, sur les services.

En d'autres termes, la filière automobile est à la croisée des chemins et devra, dans les prochaines années, gagner en flexibilité pour répondre aux mutations profondes que ne manquera pas de connaître le marché, sans savoir, à ce stade, lesquelles précisément.

À propos de l'auteur



Après des études de droit, Julien Le Clère a suivi la voix de la passion et non de la raison, celle de l'automobile ! Ses 20 ans à la direction de deux médias BtoB de l'automobile et des mobilités lui ont permis de voir naître un réel besoin autour de la communauté VO et l'ont incité à créer dès 2015 le premier club du genre : Univers VO. Depuis, le Club anime sa communauté avec des rendez-vous réguliers et une présence sur les événements clés du secteur. En 2023, il s'associe à DG Consultants pour créer One to One Driive, le 1er rendez-vous business de l'automobile de demain.

[1] <https://www.eplaque.fr/infos/age-moyen-voiture-france#:~:text=Les%20statistiques%20du%20minist%C3%A8re%20de,cesse%20de%20progresser%20depuis%202011.>