Le Bourget du Lac, 1er octobre 2019

Communiqué de presse

L'étude réalisée auprès de 300 dirigeants du secteur automobile européen, pour l'industriel Protolabs, prévoit la disparition d'une marque européenne emblématique d'ici 3 ans

Protolabs, leader mondial en matière de prototypage rapide et de production de petites séries en moulage par injection, usinage CNC et impression 3D, est à l'origine de l'étude 'The Innovation Race", dont les résultats sont rendus publics, ce 1er octobre. Ce travail s'appuie sur une enquête conduite auprès de 300 dirigeants et décideurs de constructeurs automobiles et de grands fournisseurs européens, dont BMW, Daimler, JLR, Lotus, Magneti Marelli, Mercedes, QBrio, Volkswagen, Volvo et Williams F1. Il met en exergue les évolutions actuelles sans précédent que connaît le secteur automobile et anticipe l'échec à venir des grandes marques. L'une des marques automobiles européennes emblématiques devrait ainsi disparaître, dans les trois prochaines années, annonce l'enquête.

Plus de la moitié des personnes interrogées (52%) dans le cadre de "The Innovation Race" - une étude pilotée par Protolabs afin d'explorer les défis et les opportunités pour les constructeurs automobiles européens - s'attendent à ce qu'un grand nom soit victime de la période sans précédent de changement que connaît actuellement le monde.

Parmi les préoccupations à court terme les plus urgentes pointées par les 300 dirigeants de constructeurs et d'équipementiers interrogés dans le cadre de cette enquête :

- La réglementation environnementale, dont ils anticipent le durcissement au cours des 12 prochains mois (55%).
- L'arrivée sur le marché d'un nouvel entrant (52%), avec un nouveau type de véhicule révolutionnaire, au cours des trois années à venir.

L'enquête, qui a sondé plus de 300 dirigeants et décideurs de constructeurs automobiles et de grands fournisseurs, en France, en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni, met également en évidence le contexte lié à la révolution industrielle en cours : 71 % d'entre eux indiquent devoir adopter les technologies de l'industrie 4.0 ou des processus numériques pour survivre.

"*Le secteur automobile est au coeur d'une véritable tempête, avec les guerres commerciales, le Brexit et la course à l'électrification, créant une période de changements extrêmes pour les marques automobiles et la chaîne d'approvisionnement* ", explique Bjoern Klaas, vice-président et directeur général de Protolabs Europe, le fabricant numérique de prototypes et petites séries de production, dans des délais inégalés.

"*Compte tenu des nombreux défis à relever, il est impératif que l'industrie continue d'investir dans la R&D et dans sa capacité collective d'amener rapidement l'innovation sur le marché. Notre enquête souligne les changements sans précédent attendus au cours des trois prochaines années. Il s'agit d'innover pour survivre et prospérer*."

Il poursuit : "*Près de 70 % des personnes déclarent qu'elles se sentent soumises à la pression la plus forte de toute leur carrière, en termes d'innovation. Les deux tiers d'entre elles conviennent que sans une fonction R&D forte, leur entreprise cessera d'exister*".

"*C'est un message très fort et qui souligne ce que nous constatons dans notre propre entreprise, alors que la demande pour notre service ne cesse d'augmenter, ce qui permet aux entreprises de développer de nouvelles pièces en 15 jours. La rapidité de mise sur le marché est absolument cruciale dans l'automobile*."

Les stratégies d'innovation passées au crible , avec des points forts et des points faibles, selon les thèmes

L'enquête qui s'est achevée en juillet a été conduite pour Protolabs par le cabinet britannique Longitude (Groupe Financial Times) auprès de professionnels de l'automobile reconnus. Les personnes interrogées occupent des postes de direction, à la R&D, à la conception technique, à la technologie et dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement. Elle offre ainsi l'un des aperçus les plus complets du secteur récemment réalisés.

L'innovation constitue le fil conducteur de ce travail. Le tableau global qui en ressort est mitigé quant à la mesure dans laquelle les entreprises sont préparées à respecter cet agenda.

Dans ses aspects positifs, l'étude révèle qu'une grande majorité de répondants (69%) sont confiants dans leur capacité à pouvoir mettre une nouvelle innovation sur le marché. Les ¾ indiquent être prêts à intégrer l'avis des clients, dès les premières étapes du processus de conception.

Toutefois, près de la moitié des entreprises sont moins confiantes, dès lors qu'elles anticipent leur incapacité à abandonner un produit sans subir d'impact négatif, tandis que 40 % estiment que leur stratégie d'innovation n'est pas aussi alignée qu'elle devrait l'être sur la vision globale de leur entreprise.

Bjoern Klaas conclut : "*Il y a une réelle volonté d'innover, c'est évident. Le problème, c'est qu'il y a tellement de changements dans le secteur de l'automobile que même les plus grands noms ont de la difficulté à suivre le rythme ou sont confiants dans le fait d'apporter toutes les réponses*".

"*C'est là que l'externalisation de compétences non essentielles ou le recours à l'expertise externe peuvent être cruciaux pour obtenir un avantage concurrentiel, qui plus est à l'ère où la fabrication évolue vers de plus en plus de digitalisation*".

La France est plus optimiste que les autres pays européens

Dans cette étude, les industriels français sont ceux qui affichent la plus grande confiance en l'avenir, par rapport à leurs compétiteurs italiens, allemands et britanniques :

- 87% des personnes interrogées croient en leur capacité à répondre aux évolutions de la demande du marché, dans un contexte de préoccupations environnementales croissantes et de révolution des usages de l'automobile
- Les industriels français sont convaincus de leur aptitude à faire face à l'arrivée de nouveaux entrants dans le secteur (78%)
- 80% anticipent la croissance de leur entreprise

Dès lors qu'il s'agit, par ailleurs, d'analyser les avantages concurrentiels de leurs compétiteurs européens dans les 3 pays visés par l'étude, les industriels français font également preuve d'une certaine sérénité. La France est aussi le pays qui semble le plus engagé dans des initiatives innovantes, qu'il s'agisse de :

- nouvelles approches en termes d'efficacité énergétique : 78% des industriels interrogés expliquent leur dédier des ressources et du temps
- L'amélioration des process de production globaux : 82% s'y consacrent
- L'expérimentation de nouveaux business models : 78% répondent par l'affirmative
- Le développement de véhicules autonomes : 53 % des entreprises françaises sont engagées dans cette voie (contre 65%, par contre, en Allemagne et 54 % en Italie).

Pour de plus amples informations et pour télécharger le rapport, veuillez consulter le site www.protolabs.fr

À propos de Protolabs :

Fondée aux Etats-Unis en 1999 par Larry Lukis, Protolabs est leader mondial en matière de prototypage rapide et de production de petites séries en impression 3D, usinage CNC et moulage par injection.

L'entreprise garantit aux concepteurs et ingénieurs du monde entier une vitesse de mise sur le marché sans précédent. Elle s'adresse à tous types d'acteurs (de la start-up aux grands groupes internationaux), issus de tous secteurs (automobile, médical, aéronautique, électronique, équipement industriel, ...).

L'entreprise dispose de onze implantations dans le monde, dont une en France (Le Bourget du Lac - 73). En Europe, ses centres de production sont basés à Telford (UK) pour l'usinage CNC et le moulage par injection, et près de Munich (DE) pour l'impression 3D.