

Etude IBM : Le concept de mobilité évolue et implique un changement radical pour le secteur automobile qui doit passer d'une orientation produits à une orientation services

Paris - 18 nov. 2010: Selon une étude de l'Institute for Business Value (IBV) d'IBM, l'évolution de la mobilité implique un changement radical pour le secteur automobile qui doit passer d'une industrie orientée produits à une industrie orientée services. S'ils possèdent des atouts évidents – connaissance du produit automobile, réseaux de concessionnaires, sociétés financières captives etc. – les constructeurs vont devoir s'adapter rapidement s'ils veulent pouvoir faire face à l'arrivée des nouveaux entrants sur ce marché. Pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, les sociétés automobiles devront notamment proposer un portefeuille produit élargi allant du véhicule thermique au véhicule électrique en passant par le véhicule hybride et être capables de combiner leur offre produit avec divers services. Dans ce nouvel écosystème de la mobilité, la capacité à gérer des alliances avec d'autres acteurs afin de proposer des services élargis et innovants sera déterminante.

- *L'automobile reste un élément incontournable du mix de mobilité mais on assiste à une évolution d'un modèle de la possession vers un modèle de l'usage.*
- *Le véhicule connecté va jouer un rôle clé dans la mise en place de nouveaux modèles de mobilité.*
- *Les entreprises automobiles sont bien positionnées pour prendre le lead sur ce nouvel écosystème mais elles doivent réagir rapidement face à cette évolution si elles ne veulent pas se retrouver dans le rôle de fournisseurs de solutions mises en place par d'autres acteurs.*
- *La France est plutôt en avance avec 75% de répondants indiquant que des offres de mobilité ont été lancées cette année ou sont actuellement en pilote contre 55% au niveau monde et 69% en Europe.*

Cette étude IBM IBV intitulée « *En route vers une mobilité plus intelligente – horizon 2020 – d'une industrie de produits à une industrie de services* » a été menée auprès de 123 décideurs issus du monde automobile, de la finance, du gouvernement et de grands groupes industriels dans 18 pays. Elle se focalise sur l'évolution du concept de mobilité et présente des pistes de réflexion sur la façon dont les entreprises automobiles vont pouvoir prétendre à une part de revenu dans ce nouvel écosystème.

Le marché automobile est aujourd'hui soumis à des pressions diverses et variées :

- Nombre croissant d'habitants dans les métropoles mondiales,
- Augmentation du nombre des véhicules ayant pour conséquence une congestion croissante des axes routiers,
- Problématiques environnementales,

- Evolution dans la façon dont les consommateurs approchent la mobilité : celle-ci n'est plus centrée autour du seul véhicule - ce qui ne remet pas en cause la position de la voiture en tant que marqueur social - et la possession devient moins importante que l'utilisation.

Dans ce contexte, l'étude met en lumière que les sociétés automobile ont plusieurs options pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs :

- Proposer un portefeuille produit élargi allant du véhicule thermique au véhicule électrique en passant par le véhicule hybride. Ainsi, 83% des répondants dans le monde pensent que les entreprises automobiles doivent faire évoluer leur portefeuille - 92% en France.
- Construire des véhicules plus intelligents et connectés, avec des offres de télématique élargies (infotainment, sécurité, solutions de diagnostic à distance etc.). 2 interviewés sur 3 dans le monde reconnaissent qu'il existe des opportunités de développement grâce à la télématique - 58% en France.
- Combiner leur offre produit avec divers services (intégrant la multi-modalité du transport). Ainsi, interrogés sur les principales tendances à l'horizon 2020, les Français ont répondu que l'évolution se fera essentiellement au travers des services de mobilité à 75% contre 63% dans le monde.

L'étude reconnaît également l'avènement d'un écosystème de la mobilité élargi qui se caractérise par :

- L'arrivée de multiples acteurs extérieurs au monde traditionnel de l'automobile qui se positionnent autour du véhicule électrique et des services (fournisseurs de télématiques, sociétés d'auto-partage, entreprises d'infrastructure, distributeurs de la grande distribution, capital-risqueurs...).
- L'importance des alliances pour lancer ces nouvelles offres de services qui vont voir s'allier des entreprises aux domaines d'activité très variés.
- Le rôle clé joué par les captives financières pour proposer un financement innovant de l'ensemble des éléments inclus dans une offre de mobilité.

Pour télécharger l'étude : <http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/ibv-ibm-global-mobility.html>

Pour en savoir plus sur ce que fait IBM dans l'industrie automobile : <https://www->

A propos d'IBM

Pour plus d'informations sur IBM, visitez le site www.ibm.com/fr
