

PSA Peugeot Citroën et IBM s'associent pour franchir une nouvelle étape dans le lancement des « services connectés » de la voiture de demain

PSA Peugeot Citroën et IBM franchissent une nouvelle étape dans le domaine des « véhicules et services connectés » grâce aux solutions Big Data & Analytics et MobileFirst d'IBM

Paris, France - 25 mars 2014: Afin de personnaliser les services proposés dans l'automobile, PSA Peugeot Citroën décide de s'appuyer sur les solutions Big Data & Analytics et MobileFirst d'IBM pour déployer une nouvelle génération de services connectés au conducteur.

Industrie automobile : la relation client en pleine mutation

Le besoin d'être connecté en permanence s'impose à tous.

Le taux d'équipement en téléphones portables, le plus souvent « Smartphones », en est la preuve. En forte croissance, il redessine ainsi les attentes et exigences des clients en matière de connectivité. Il transforme la relation entre les clients et leur constructeur automobile, au-delà de la seule expérience de conduite. Ce besoin de connectivité appelle de nouveaux services, dits services connectés.

« Services connectés » : une étape supplémentaire dans la relation client

Le défi pour les constructeurs automobiles est d'intégrer la valeur ajoutée apportée par le traitement et l'analyse en temps-réel des données du Big Data en provenance des véhicules connectés. Aujourd'hui les véhicules fournissent des millions d'informations précieuses tandis que les objets connectés tels que les smartphones jouent un rôle prépondérant dans nos vies. PSA Peugeot Citroën et IBM travaillent ensemble afin de tirer parti des nombreuses données issues entre autre des véhicules, des téléphones, de la signalisation, pour les analyser en temps réel et ainsi fournir des services connectés performants.

« L'innovation est d'offrir des services inédits et indispensables aux conducteurs et passagers » déclare Brigitte Courtehoux, directeur de la Business Unit voitures et services connectés de PSA Peugeot Citroën. Un exemple parmi tant d'autres, est celui de la précision météorologique possible via les capteurs embarqués de température, d'antibrouillards, d'essuie-vitres des voitures des marques Peugeot Citroën.

L'expertise client développée par PSA Peugeot Citroën depuis de nombreuses années et les solutions Big Data & Analytics et MobileFirst d'IBM vont permettre au constructeur français de proposer un éventail de « services connectés » à ses clients, en tirant parti de la variété d'une part des canaux d'accès (sites internet, applications mobiles) et d'autre part des sources de données (données véhicules, données Service Après-Vente).

Le projet innovant de Véhicule Connecté de PSA Peugeot Citroën, en s'appuyant sur les capacités des solutions d'IBM, permettra d'offrir des services connectés personnalisés en temps réel et de développer des applications à forte valeur ajoutée pour les clients B2C, les clients B2B et les réseaux automobiles.

« Nous sommes très heureux de proposer le meilleur d'IBM pour accompagner PSA Peugeot Citroën dans ce nouveau

challenge » déclare Dirk Wollschläger Directeur Général, Global Automotive Industry IBM. « La technologie choisie permet d'adapter les services proposés à chaque conducteur et passager au regard de leurs attentes et des situations de conduite ».

A propos de PSA Peugeot Citroën

Fort de deux Marques de renommée mondiale, Peugeot et Citroën, le Groupe a vendu 2,8 millions de véhicules dans le monde en 2013, dont 42% hors d'Europe. Deuxième constructeur automobile européen, il a réalisé un chiffre d'affaires de 54 milliards d'euros en 2013. Il reste un leader européen en termes d'émissions de CO2, avec une moyenne de 115,9 grammes de CO2/km en 2013. PSA Peugeot Citroën est présent dans 160 pays. Ses activités s'étendent aussi au financement (Banque PSA Finance) et à l'équipement automobile (Faurecia). Pour plus d'informations, aller sur www.psa-peugeot-citroen.com

A Propos d'IBM Big Data & Analytics

Chaque jour, nous générons 2,5 trillions d'octets de données. Celles-ci proviennent de partout : de capteurs utilisés pour collecter les informations climatiques, de messages sur les sites de médias sociaux, d'images numériques et de vidéos publiées en ligne, d'enregistrements transactionnels d'achats en ligne et de signaux GPS de téléphones mobiles, pour ne citer que quelques sources. Le Big Data va bien au-delà de la seule notion de volume ; il constitue une opportunité d'obtenir des connaissances sur des types de données et de contenus nouveaux, afin de rendre les entreprises plus agile et de trouver enfin une réponse aux questions laissées en suspens. IBM a établi le portfolio le plus large et le plus complet du marché des services et solutions logicielles utilisant le Big Data. Pour plus d'informations : www.ibmbigdatahub.com

Vous pouvez également poursuivre cette conversation sur Twitter en suivant @IBMbigdata et en mentionnant #THINKskills

A propos d'IBM MobileFirst

En tant que première technologie de plate-forme business à émerger depuis le World Wide Web, l'informatique mobile représente l'une des plus grandes opportunités d'expansion pour les organisations. Basé sur près de 1000 engagements clients, 10 acquisitions sur les 4 dernières années, une équipe de milliers d'experts mobiles et 270 brevets, IBM MobileFirst offre une gamme de solutions pour connecter, sécuriser, gérer et développer des réseaux, infrastructures et applications mobiles.

Pour en savoir plus : <http://www.ibm.com/mobilefirst>

Suivez-nous sur [@ibmmobilefr](https://twitter.com/ibmmobilefr), #ibmmobilefr sur [Twitter](https://twitter.com/ibmmobilefr), et consulter la page IBM MobileFirst sur [YouTube](https://www.youtube.com/user/ibmmobilefr), [Tumblr](https://www.tumblr.com/ibmmobilefr) et [Instagram](https://www.instagram.com/ibmmobilefr).
