

UNE DÉCENNIE AUTOMOBILE

3 questions à ...

Pour fêter ses dix ans, Kilomètres Entreprise a posé trois questions aux grands acteurs du monde automobile. Voici leurs réponses ;

Première question : Dans le monde automobile quel est, pour vous l'évènement le plus marquant de ces 10 dernières années ?

Seconde question : Dans le monde automobile quelle sera, d'après vous, la tendance majeure de ces 10 prochaines années ?

Troisième question : En dehors de la parution de Kilomètres Entreprise, quel est votre meilleur souvenir professionnel de ces 10 dernières années ?

**Philippe FLON**

- 1** La faillite de GM et Chrysler et le rebond du marché américain. A cette occasion, Ford Motor Company s'est relevé seul sans aides fédérales démontrant ainsi la clairvoyance et l'efficacité de la stratégie One Ford.
- 2** L'évolution technologique qui permettra aux véhicules d'être quasi autonomes tout en restant un objet de plaisir et de positionnement social.
- 3** La parution de Kilomètres Entreprise et en second le gain du marché UGAP police et gendarmerie. Consécration du savoir-faire de Ford en termes de vente aux entreprises (reconnaissance de notre qualité produit, de notre qualité de service et de notre savoir-faire dans le marché du B to B).

IVECO **Stephane FICARELLI**

- 1** C'est indéniablement la maestria avec laquelle Sergio Marchionne, le patron de Fiat, s'est emparé de Chrysler pour donner naissance au septième constructeur automobile mondial !
- 2** Je pense que c'est l'inversion de la courbe diesel/essence. C'est un acte politique destiné à redonner la prédominance aux motorisations essence, en attendant l'émergence d'énergies alternatives « zéro pollution ». A condition que ces dernières ne pénalisent pas l'autonomie des véhicules ni, pour les utilitaires, la charge utile.
- 3** Ils sont deux : d'abord l'année où Iveco France a franchi la barre des 20.000 facturations de Daily (c'était en 2007, 20.055 exactement... un record pas encore battu !), c'est ensuite le partenariat avec les fameux All Blacks néo-zélandais, qui a été très porteur d'image pour notre entreprise et nous a beaucoup aidé à pénétrer des flottes qui, jusqu'alors, ne nous recevaient même pas !!

**Jean François ROUBAUD**

1 La création des radars automatiques qui ont eu dix ans l'année dernière, puisque le premier radar a été inauguré en 2003. Ces installations ont permis, semble-t-il, de baisser la vitesse moyenne de près de 10 km/h, ce qui a entraîné un recul notable du nombre de morts sur la route. C'est un progrès important qui accroît la sécurité routière à laquelle les Français sont très attachés. Je relève également la mise en place du permis à points qui a suscité, a contrario, une certaine exaspération chez nos concitoyens ...

2 C'est sans conteste la voiture sans pilote, ce véhicule qui pourra être manœuvré sans conducteur, uniquement grâce à l'informatique. On nous annonce qu'elle pourrait arriver sur le marché en 2020. Cela repousse d'une façon incroyable les limites de la technologie et du savoir-faire. C'était de la science-fiction, ça devient une réalité palpable.

3 Mon élection à la présidence de la CGPME, en 2002. L'ampleur de la mission était vertigineuse mais en même temps tout à fait exaltante. Aujourd'hui, les PME et les TPE sont totalement intégrées au discours économique et social de nos gouvernants. Leur place et leur rôle sont décisifs pour la croissance. J'espère avoir contribué à cette reconnaissance !

**Dominik GRUBER**

- 1** L'accélération du développement de nouvelles technologies dans le secteur automobile bien plus rapide que dans les autres industries.
- 2** Défendre la place de l'automobile dans notre société, qui reste le moyen de mobilité individuelle le plus formidable que l'homme ait inventé !
- 3** Rouler sur autoroute allemande en toute liberté.

**Eric WEPIERRE**

1 Sans aucun doute la digitalisation de l'activité automobile. Le prospect a complètement changé sa relation avec le concessionnaire qu'il visite. Désormais les clients sont très documentés sur le, ou les produits qu'ils convoitent lorsqu'ils rentrent en contact physiquement avec le réseau. Les clients ont configuré, simulé et comparé les offres du marché. L'ancien modèle de la relation Client-Vendeur a radicalement changé avec la digitalisation. La professionnalisation du réseau Opel est en marche pour répondre au mieux et dans les meilleurs délais à cette nouvelle demande.

2 Nous vivons d'ores et déjà dans un environnement ultra connecté. La technologie permet aujourd'hui d'embarquer des systèmes multimédia permettant au conducteur de rester connecté et de continuer à bénéficier du contenu de son smartphone dans son véhicule (contacts, musique, vidéo, applications dédiées). L'Opel ADAM avec son système IntelliLink et la fonctionnalité SIRI Eyes Free en est un parfait exemple. Le Monza Concept présenté au salon de Francfort 2013 illustre parfaitement la vision d'Opel à 10 ans sur ce sujet en élargissant le champ de connexion et la manière de partager les supports au sein de l'habitacle.

3 L'expérience Ampera. Conduire un véhicule 100% électrique comme l'Ampera m'a fait découvrir un nouveau plaisir de conduite, un nouvel état d'esprit en tant que conducteur. Ce véhicule a un agrément de conduite qui ne ressemble à rien d'autre dans la galaxie thermique. Il y a 20 ans les détracteurs du téléphone portable rétorquaient qu'il ne pourrait pas se développer : pas d'autonomie, pas de réseau. Avaient-ils raison ? On entend exactement les mêmes commentaires dans les propos des « anti-électriques ». Avec Ampera nous démontrons que ces freins ont déjà sauté.

**Jean-Michel JUCHET**

1 L'accession des émergents à l'automobile, comme les chinois par exemple; l'automobile s'avère être toujours et encore un facteur fondamental de liberté.

2 La redécouverte de l'automobile comme facteur de liberté en Europe, avec le facteur "Plaisir de conduire" en prime et tout cela avec une sécurité et efficacité écologique encore jamais vues.

3 Plus j'ai sillonné le monde, plus j'ai travaillé avec toutes sortes de cultures, dans toutes sortes de pays sur tous les continents, plus j'apprécie l'impermanence, les contradictions, la flexibilité, l'intelligence et l'humour bien de chez nous; et plus je déteste le pessimisme, voire l'autophobie qui plane sur notre beau pays qui reste le berceau de l'automobile.

**Gilles GAUTHEROT**

1 C'est bien entendu l'arrivée d'Infiniti en Europe en 2008 ! Ce n'est pas tous les jours qu'on lance une nouvelle marque automobile sur un des marchés les plus difficiles au monde, en particulier dans l'univers du premium. Aujourd'hui le réseau se développe et la gamme s'étoffe avec de nouveaux modèles et de nouvelles motorisations.

2 La performance restera au cœur de l'ADN automobile mais elle prendra une forme différente pour la voiture de monsieur tout-le-monde. On tendra vers plus d'électronique notamment en matière de sécurité, d'économie à l'usage et surtout vers plus de confort sous diverses formes (infotainment, ergonomie, isolation, choix des matériaux, personnalisation, système audio...)

3 Mon meilleur souvenir professionnel est sans aucun doute d'avoir fait rouler pour la toute première fois la gamme de véhicules électriques de l'Alliance Renault-Nissan durant le World Economic Forum à Davos en 2011. C'était incroyable de voir les Nissan Leaf et les Renault Fluence ZE tourner dans les rues de Davos, en silence. Mais le plus surprenant était de voir le Maire de Londres, des représentants du FMI ou d'ONG engager la conversation pour en savoir plus sur les véhicules électriques, sans parler de leurs réactions enthousiastes après un essai.

**Jean-François CHANAL**

1 Le développement du marché chinois.

2 Le développement des services via la voiture connectée.

3 Les 20 ans d'ALD Automotive.

**Arnaud BARRAL**

1 L'évènement le plus marquant de ces 10 dernières années est pour moi la continuité de la performance de la Golf. C'est en effet une véritable référence... Das Auto !

2 La tendance majeure de ces 10 prochaines années sera à mon sens l'avènement des énergies alternatives, et très probablement le Plug-In-Hybrid.

3 Mon meilleur souvenir professionnel de ces 10 dernières années est, à titre personnel, mon entrée dans le groupe Volkswagen où j'ai découvert de l'intérieur une entreprise véritablement passionnée par le produit.

 **Frederique WALRAVE**

1 La création du segment des crossovers en 2007 par le Nissan QASHQAI, pionnier du segment. C'est le segment qui connaît toujours aujourd'hui la plus forte croissance. Avec 2 millions d'exemplaires vendus, le Nissan QASHQAI est toujours, de loin, le leader européen des crossovers. L'offre de Nissan sur ce segment s'est élargie notamment avec le JUKE, second best-seller de Nissan en France et en Europe.

2 J'insisterai sur deux orientations : D'une part, la croissance de la mobilité zéro émission. Les ventes de la Nissan LEAF montrent cette tendance : c'est la voiture 100 % électrique la plus vendue au monde. Le cap des 100 000 livraisons cumulées vient d'être franchi en janvier 2014, avec un rythme de ventes exponentiel sur tous les marchés. Par ailleurs, le lancement de véhicules à conduite autonome sera l'autre fait majeur. La commercialisation de tels véhicules, accessibles, a été annoncée à l'horizon 2020 par Nissan.

3 La renaissance de la mythique Nissan GT-R au Japon en 2007. Ce lancement sonnait le renouveau de la marque Nissan, de retour au sommet de son art. Ce produit était au cœur du plan stratégique de Nissan, ce qui montre bien la passion automobile qui anime la marque. On retrouve cette passion un peu plus tard dans la parade clients Nissan GT-R au Mans Classic 2013 : 93 exemplaires de la supercar Nissan –près d'un quart du parc français d'alors- réunis pour 30 mn de circuit. Le résultat : un effet de masse inouï, et le sourire des clients qui ont pu, en exclusivité sur ce tracé mythique, pleinement exploiter leur supercar.

 **Cedric ALEXANDRE**

- 1** L'inflation considérable des remises et conditions commerciales, vidant de leur sens le prix public des véhicules.
- 2** La tendance majeure sera certainement l'évolution de la demande vers une offre de mobilité et par conséquent beaucoup plus globale que la simple vente d'une voiture. Le service prendra ainsi le pas sur la voiture à proprement dite.
- 3** Les 10 ans du Groupe **Fast Lease**

 **Olivier MONOT**

1 La voiture qui n'a plus besoin de conducteur.

2 L'autopartage.

3 Chaque nouveauté automobile qu'elle soit technologique ou stylistique. L'automobile reste malgré tout un fabuleux objet de désir et de passion.

 **Frederique VERBITZKY**

1 L'explosion du marché chinois qui a chamboulé tous les équilibres historiques entre les marchés Américain, Européen et Japonais. Avec la mise à mal des « Business Models » des constructeurs.

2 La montée en puissance de la mobilité optimale. On ne sera plus propriétaire d'une voiture. On n'achètera plus une voiture, on louera un service complet et variable de mobilité. Au gré de ses besoins on utilisera une petite voiture en semaine (électrique ou hybride peut-être), une familiale le week-end et pour les vacances (SUV, MPV ou cabriolet). La mobilité répondra enfin à 100% de liberté.

3 C'est un souvenir qui se répète tous les deux ans, Le Mondial de l'Auto à Paris. Pendant 10 jours voir à quel point l'automobile est un domaine qui fait encore et toujours rêver et fantasmer les gens. Une éternelle bouffée d'oxygène dans cette industrie et économie qui se durcit tous les jours un peu plus. Pourvu que cela dure encore longtemps.

 **Olivier LECLUSE**

1 La voiture communicante à l'instar de la Nouvelle Mazda3.

2 La révolution dans la mobilité urbaine.

3 La Nouvelle Mazda6 en couverture de « Kilomètres Entreprises ».

 **Philippe TAVEL**

1 La mise à disposition en quasi « Standard de ESP » et l'utilisation standard des Tech. GPS/GPRS...

2 L'Avènement d'Applications Connectées ou la Gestion des déplacements « Connectés » ainsi que l'émergence du concept d'Usage en concurrence avec la Propriété !

3 Je pense que c'est le Lancement du KANGOO ZE.

 **Virginie HAVET**

1 Nouveaux "modes" de motorisation : électrique, hybride...

2 La voiture électrique.

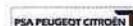
3 La mise en place, pour les professionnels, de la carte carburant privative en Grande Distribution.

**Dominique GAUBIN**

1 L'audace des constructeurs à faire renaître ou à créer de nouvelles marques, comme Smart, Mini, Dacia, Infiniti ou encore Datsun, pour segmenter l'offre produit au plus près des attentes clients. Et voir chacune de ces marques bâtir une stratégie différenciée sur le marché des particuliers et le marché des entreprises.

2 Les dix prochaines années seront celles des énergies nouvelles pour l'automobile. Hybride, plug-in hybride, électrique. Ce sont des technologies qui commencent à être familières. La prochaine énergie à arriver est l'hydrogène. Hyundai est le seul constructeur à produire en série l'ix35 à hydrogène. Nous avons livré les deux premiers ix35 Fuel Cell à Air Liquide fin 2013. Avec près de 600 km d'autonomie et zéro émission de CO₂ pour l'ix35 Fuel Cell, cette énergie se développera considérablement au cours des dix prochaines années en fonction des volontés des gouvernements.

3 Mon arrivée à la tête des ventes flottes et du V.O. de Hyundai Motor France en avril dernier. J'y ai trouvé des équipes extrêmement motivées et ambitieuses pour la marque.

**Olivier BODET**

1 Le dépôt de bilan et la nationalisation de GM aux US

2 Le développement des véhicules hybrides autant d'un point de vue technologique que commercial.

3 La création de la Direction B2B internationale commune pour les deux marques Peugeot et Citroën du Groupe PSA en 2012

**Denis ROBINE**

1 L'avènement du marché Asiatique-Chinois. Les normes CO₂.

La montée en Puissance des constructeurs Premium qui franchissent les frontières des constructeurs « mass markets »

2 La prédominance du marché Chinois. Le déclin de la « propriété » automobile au profit de l'achat de service « location tt compris »

3 L'Aventure entrepreneuriale

**Jean-Pierre MESIC**

1 Le lancement des véhicules électriques par Renault. Une rupture technologique et une nouvelle approche de l'automobile avec une gamme large !

2 La mise en place de motorisations encore moins polluante avec le downsizing, le développement de toutes les formes d'hybridation et le déploiement fort des véhicules électriques. Bref, des véhicules moins polluants mais avec un agrément de haut niveau doté de technologies communicantes.

3 Depuis largement plus de 10 ans, Renault continue de garder son leadership en VP et en VU dans les flottes en France. Tous les ans, c'est une satisfaction de maintenir le leadership sur le business des flottes.

**Emmanuel HUSSON**

1 La personnalisation des véhicules (couleur notamment), l'apparition de nouveaux modèles d'exception, l'électronique à bord qui transforme l'automobile en un lieu connecté, les voitures « Low cost »

2 La sécurisation de la conduite (par exemple la reconnaissance des obstacles, des panneaux de signalisation), la conduite assistée et automatisée (les constructeurs y sont prêts), le retour aux motorisations essence, les véhicules hybrides et non polluants, les véhicules en libre-service, la location et non plus l'achat, etc...

3 Le retour en province, le contact avec la France profonde et rurale !

**Alexandre LACOMBE**

1 L'explosion du marché chinois.

2 Le renchérissement du coût du pétrole.

3 Meilleur souvenir qui a plus de 10 ans, c'est patron de ma première concession.

**Philippe ARNAUD**

1 Ces 10 dernières années, sous les contraintes de réglementations fiscales de plus en plus strictes et en substance pour diminuer l'impact environnemental de l'automobile, les constructeurs ont réussi à mettre au point des véhicules à consommation réduite et de moins en moins polluants. Grâce à des avancées technologiques sur les moteurs thermiques, les émissions de gaz polluants ont baissé en moyenne par véhicule de manière quasi incroyable.

2 Dans les prochaines années nous allons assister à l'émergence d'énormes marchés automobiles dans les pays émergents et en particulier en Chine. Pour mémoire, en Europe on dénombre 600 voitures pour 1 000 habitants, et seulement 27 pour 1000 en Chine.

3 Mon parcours chez Ford depuis 1994 est jalonné d'innombrables souvenirs. Mais s'il n'en fallait garder qu'un seul c'est vraisemblablement le lancement du nouveau Transit Custom fin 2012 avec en point d'orgue la semaine de formation réseau que nous avons organisé pour 400 participants à Rungis dans l'effervescence matinale des Halles.



1 Nous constatons l'apparition d'une logique de consommation typée : véhicule à prix optimisé face à véhicule plaisir. Cela se traduit par la prolongation des contrats de LLD qui s'allongent de 36/90 vers 48/120, par l'inflation des conditions commerciales sur le marché des VU et l'arrivée de nouveaux entrants qui achètent des parts de marché tels les coréens.

2 Nous observerons la prolongation des accords inter-constructeurs : alliance produit / alliance Géographique entre acteurs mondiaux.

3 Le fait marquant est la réussite de la Peugeot 3008, alliance d'un véhicule plaisir et fonctionnel apprécié et recherché par les collaborateurs et les gestionnaires de parc, une réussite au niveau BtoB avec une bonne tenue des valeurs résiduelles. L'autre point fort réside dans la 2008 qui trouve sa place sans cannibaliser 208.

**Pascal BUQUET**

1 Le succès de l'alliance Renault / Nissan qui était, à mon avis contre nature avec de nombreux contre exemples durant cette décennie et qui est à ce jour, un succès d'intégration.

2 La montée en puissance des marques Premium allemandes comme alternatives aux marques généralistes, surtout sur le marché des entreprises par une offre toujours plus large, une image valorisante pour les utilisateurs finaux et pour un coût d'utilisation toujours plus optimal.

3 Toute la période de lancement de la nouvelle Classe A (sneak preview, Présentation au salon de Genève, Test drive, Mondial de Paris) lors de laquelle, nous avons reçue des témoignages tous plus élogieux les uns que les autres de la part des clients, des loueurs et de la Presse spécialisée car au delà des qualités intrinsèques de la voiture, la nouvelle Classe A symbolise le rajeunissement de l'image de Mercedes et la conquête de parts de marché (notamment sur le marché des sociétés).

**Patrick GRUAU**

1 Plus qu'un événement en particulier, c'est la chute brutale, en France, des immatriculations de VUL entre 2008 et 2009 qui interpelle - marché habituellement très raisonnable dans ses variations (plus ou moins 5%). Nous avons eu à subir, en trois mois, une baisse de 30% dans le VU, 40% dans le VI et 50% dans la semi-remorque, entraînant des effets extrêmement douloureux pour notre profession de constructeur-carrossier.

Notre Groupe familial a pu passer cette période difficile grâce à sa stratégie de multi-spécialiste et au développement à l'international.

2 Il est évident que la notion d'usage continuera à modifier profondément la conception des véhicules. On va entrer dans un réel développement des technologies, accessibles à tous : voitures communicantes, composition des matières, conception des véhicules plus légers, énergie dites propres...

Au sein du groupe Gruau, j'ai tenu à mettre l'innovation au cœur de notre Projet d'entreprise. Nous avons, en plus de nos équipes des bureaux d'études, des militants chargés d'étudier les phénomènes sociaux et technologiques pour mieux anticiper et proposer à nos clients des solutions globales d'avenir.

3 Ils sont nombreux grâce à la diversité de nos clients mais je ne peux m'empêcher d'évoquer la conception de la papamobile sur le Kangoo électrique, sa remise des clés en compagnie de Carlos Ghosn à son nouveau propriétaire : Benoit XVI. Cérémonie organisée à Castel Gandolfo, résidence d'été de sa sainteté.

Cet évènement, associé à la confiance de Renault, a été une vraie fierté pour tous les collaborateurs de l'entreprise.

**Jean-Claude ZANON**

1 Même s'il remonte à un peu plus de 10 ans maintenant, c'est la fin du millésime auto.

2 L'hybridation (énergie fossile et électrique) dans toutes ses formes et dans tous les segments, et aussi le retour en grâce de l'énergie essence.

3 Ma première utilisation d'un GPS embarqué, et le rangement de ma collection de cartes Michelin au placard.