

EDUCAM a réalisé une étude baptisée **Route 2030**. Sur quoi porte-t-elle ?



Dans cette période particulière, l'étude 'Route 2030' d'EDUCAM souhaite donner une perspective d'ici à 2030 pour tous les acteurs du secteur de la distribution et de la réparation du domaine de la mobilité. EDUCAM a analysé les choses sur base de trois grandes questions. Premièrement: allons-nous vers un monde avec des véhicules automobiles à zéro émission, et deuxièmement qui permettrait une circulation à zéro incident? La troisième question porte directement sur la distribution des véhicules à "zéro propriété" à l'utilisateur final. Paul-Henri Gilissen, Group Managing Director d'EDUCAM, nous présente les conclusions de l'étude concernant les évolutions de la technologie, la sécurité et la commercialisation des véhicules dans un monde où le concept de mobilité est en véritable réorganisation.

Paul-Henri Gilissen

Commençons par la première question: qu'est-ce l'étude nous apprend en matière de technologie ?

Il y a évidemment plusieurs aspects, à commencer par l'énergie et les systèmes de propulsion. Pendant des décennies, on a assisté au monopole du moteur à pistons, essence ou diesel. C'est vrai qu'il présente certains avantages comme la polyvalence et cette capacité à embarquer en quelques minutes une grande quantité d'énergie. Si on prend un peu de distance, on peut s'interroger sur le bien-fondé de tout baser sur une technologie qui présente un rendement global faible et a un impact considérable sur notre environnement. Dans une perspective de dura-

bilité, il est incontestable que les jours du moteur à pistons sont comptés. Dans ce contexte, une propulsion à composante électrique paraît bien meilleure et l'on peut donc affirmer que c'est l'avenir. Je pense aux véhicules électriques à batterie ou propulsés à l'hydrogène car tout reste encore à faire et cela prendra encore du temps avant qu'elle ne fasse une percée.

Quelles sont les autres évolutions hormis la propulsion ?

En matière de sécurité des véhicules, l'évolution est également très rapide. On parle moins de la voiture autonome mais plutôt de voitures "automatisées" c'est-à-dire équipées de systèmes

ADAS de plus en plus efficaces. La course à la voiture autonome n'est pas encore gagnée.

Un autre aspect concerne la connectivité des véhicules et leur électronique embarquée. Nous vivons une vraie révolution digitale des véhicules munis de systèmes électroniques de plus en plus puissants et surtout connectés. D'ici 2030, la grande majorité du parc automobile sera connectée. Ces ordinateurs roulants pourront être mis à jour à distance voire même en partie réparés à distance. La plupart des entreprises sous-estiment complètement l'impact de ces voitures connectées et n'exploitent pas leurs fonctionnalités qui peuvent avoir un effet important sur la relation client. Il y a là des opportunités

manquées. J'exhorte donc les entreprises à bien paramétrer les fonctionnalités de ces systèmes pour en tirer profit en restant l'interlocuteur privilégié du client.

La mobilité douce est également touchée par ces évolutions. Un vélo électrique devient aussi de plus en plus complexe et les opérations de réparation dans les ateliers demandent l'intervention de vrais spécialistes. Le volet software y gagne aussi en importance.

Quel sera l'impact de cette évolution technologique ?

Ces trois éléments auront un impact important sur le business. Une voiture électrique demande moins d'entretien et elle est plus fiable. Elle pourra être conservée plus longtemps sans frais conséquent. Par ailleurs, toutes les opérations ne nécessiteront plus nécessairement un passage en atelier. L'activité et le chiffre d'affaire des ateliers vont s'en ressentir très négativement. Nous prévoyons une diminution de 5,3 % du chiffre d'affaires. Il faut donc se préparer à cette reconversion technologique et adapter ses coûts en vue de marges plus faibles. Pour le concessionnaire, c'est une opportunité de mettre en avant sa supériorité technologique mais il faudra aussi revoir sa structure de coûts et offrir un service meilleur marché pour augmenter la rétention des clients en possession d'un véhicule plus âgé.

Qu'entendez-vous par le "zéro incident" ?

Tout le monde souhaite une circulation avec zéro incident et les constructeurs visent aussi cet objectif. On sait qu'en matière de sécurité le maillon faible reste avant tout le facteur humain. L'idée de remplacer l'homme par une machine chargée de piloter le véhicule est séduisante mais la réalité est beaucoup plus complexe et

nuancée. L'évolution technologique se fait généralement par paliers successifs. En matière de sécurité, ce sera l'addition de systèmes d'aide à la conduite de plus en plus performants qui rendra les véhicules de plus en plus sûrs. Une circulation zéro accident n'est pas pour demain mais le nombre et la gravité des accidents vont diminuer. Les véhicules seront plus complexes donc plus chers à réparer. Globalement, pour le secteur de la carrosserie, nous estimons que le nombre de sinistres diminuera de 20 %.

Comment voyez-vous le véhicule de demain ?

La voiture de demain, nous l'avons qualifiée de "CAFES", c'est-à-dire Connectée, "ADAS fitted", Electrique et en partie "shared", c'est-à-dire partagée.

C'est un petit "s", est-ce à dire que vous croyez moins à la voiture partagée ?

Nous sommes encore très loin de la voiture autonome et partagée que certains nous annoncent. La voiture conservera une part de marché prépondérante dans la mobilité de demain et la voiture "robot" ne sera pas adoptée demain. C'est un avenir possible mais le secteur a encore un peu de temps pour se réinventer et réorganiser ses activités. Par ailleurs, le concept de mobility as a service basé sur l'usage de voitures partagées va gagner en importance. On assisterait alors un repositionnement progressif de l'activité de la vente d'un produit à la vente d'un service et un profit étalé dans le temps.

Croyez-vous vraiment à une mobilité à zéro propriété ?

La distribution automobile va fortement évoluer dans les 10 ans qui viennent. Le mot clé est là aussi la diversité. La vente en ligne va s'intensi-

fier et la propriété d'un véhicule ne sera plus une fin en soi. Cette digitalisation risque d'amener un phénomène de désintermédiation, c'est-à-dire la disparition des intermédiaires entre le constructeur et l'utilisateur final. Ce dernier aura le choix entre l'achat traditionnel d'un produit (le véhicule) ou d'un service de mobilité. Cela pose évidemment la question de savoir qui seront les futurs acteurs de la mobilité de demain ? Le potentiel est énorme. Si la vente d'un package de mobilité l'emporte sur la vente d'un produit, c'est la révolution. De nombreux acteurs extérieurs au monde automobile guettent les opportunités. Pour rester dans la course, il faudra accepter de s'ouvrir à d'autres modèles et de s'allier à de grands joueurs maîtrisant les grandes plateformes digitales.

Mais quel sera alors le rôle des concessionnaires traditionnels ?

Pour bien mettre les ponts sur les "i", quel est le rôle des concessionnaires dans un monde où le constructeur peut vendre le véhicule directement au consommateur final et intervenir à distance en cas de problème. Le scénario est clairement celui d'une disruption où les acteurs traditionnels, s'ils ne se réinventent pas, risquent de disparaître dans leur forme actuelle. Je ne crois pas à un monde complètement centralisé où tout peut se faire à distance. Pour rester un maillon dans la chaîne, il faut avoir une plus-value à proposer et répondre aux besoins des clients. C'est dans ce but que le métier de concessionnaire doit évoluer. Croyez-moi, un véhicule est un bien de consommation technologiquement compliqué dont l'usage s'inscrit dans une mobilité de plus en plus variée. Il reste une place pour des acteurs capables de distribuer qualitativement et d'assurer le service de ces véhicules. Dans un monde de plus en plus compétitif et plus global, il faudra donc encore augmenter le niveau de service et de proximité.

Etes-vous optimiste pour l'avenir ?

Il faut garder un état d'esprit optimiste et combatif. Celui qui sombre dans le pessimisme ne peut que susciter un avenir sombre. Tout le monde a peur du changement et il faut bien admettre que l'avenir sera fortement différent du passé. Il y aura de nombreuses opportunités, l'essentiel est d'accepter qu'un changement fondamental est en cours et d'avoir la volonté de saisir ces opportunités. Il faut bien distinguer les tendances passagères des évolutions profondes qui marqueront l'avenir. Évidemment, cette crise sanitaire ne nous facilite pas la réflexion. On est principalement occupé à gérer le court terme pour garantir sa survie. Pourtant, il va bien falloir être capable de prendre de la distance et de préparer un avenir différent. Plus que jamais, l'opérateur isolé deviendra plus vulnérable et l'approche en groupe, au travers des fédérations, par exemple, constitue un atout indéniable.

