

Paris, le 13 janvier 2010

## **Industrie Automobile : Les relations entre les constructeurs et les équipementiers en mutation**

selon une nouvelle étude internationale de KPMG

Pour la 12<sup>e</sup> année consécutive, KPMG a interrogé les dirigeants des 200 principaux constructeurs, équipementiers et distributeurs automobiles mondiaux sur leur vision des enjeux auxquels ils devront faire face à un horizon de cinq ans.

L'étude révèle une **accélération du changement dans les attentes des consommateurs**. La demande évolue en Europe et aux Etats-Unis vers une **segmentation de plus en plus fine du marché en fonction de l'utilisation des véhicules**, alors que **les marchés émergents** demandent avant tout **des véhicules sûrs et bon marché**.

Face à cette évolution qui pourrait entraîner des **modifications significatives dans les rapports de force au sein du secteur**, les grands acteurs de l'automobile s'interrogent sur la meilleure façon d'innover technologiquement et de faire évoluer leur modèle d'entreprise pour maintenir un leadership dans la chaîne de valeur du secteur.

### **Evolution de la demande : véhicules dédiés à un usage particulier et nouvelles offres de mobilité<sup>1</sup>**

La croissance de la population et les contraintes liées à l'urbanisation créent de nouveaux besoins de mobilité. Que ce soient dans les villes nouvelles interdites aux voitures comme Masdar aux Emirats Arabes Unis ou dans les centre-ville des capitales européennes où la place de la voiture est de plus en plus contestée, un mouvement de fond voit la création progressive de zones où sont bannis les véhicules les plus polluants.

**73% des dirigeants interrogés déclarent que les véhicules doivent être conçus pour un usage précis et limité** et 76% indiquent, par ailleurs, que le design des véhicules est d'abord influencé par leur capacité d'intégration dans les infrastructures urbaines.

Il s'avère que certains acteurs voient dans l'apparition de nouvelles offres de mobilité un facteur majeur de changement du marché. Si seuls 9% des acteurs interrogés confirment placer le développement de telles offres au cœur de leur stratégie, **de nombreux grands constructeurs tels Daimler, PSA ou BMW investissent dans ce secteur pour préparer l'avenir**.

Selon Laurent des Places, Associé KPMG Secteur Automobile, « *Les entreprises qui arriveront à créer un réseau combinant de multiples offres de mobilité et une connaissance étroite des besoins individuels de leurs clients pourraient s'assurer un avantage compétitif déterminant* ».

### **80% des dirigeants considèrent que les véhicules hybrides ou électriques seront des relais de croissance significatifs d'ici 5 ans**

Selon la majorité des dirigeants interrogés, les véhicules hybrides et électriques seront ceux qui connaîtront la plus forte croissance d'ici 5 ans, grâce à l'émergence de nouvelles offres de mobilité et à l'exigence d'efficacité énergétique des consommateurs. Néanmoins, de nombreux acteurs insistent sur le rôle déterminant de la puissance publique, le véhicule électrique ne paraissant pas économiquement viable sans subvention dans un futur proche.

<sup>1</sup> Nouvelles offres de mobilité : Ce terme couramment utilisé dans le secteur automobile désigne une offre de services intégrés permettant à un individu d'optimiser son déplacement d'un point A à un point B en combinant plusieurs moyens de transport (transports en commun, voiture électrique de location, taxi, etc...)

**Même si la majorité des acteurs ne voient pas le véhicule électrique devenir disponible pour le grand public dans les cinq prochaines années, des investissements massifs sont réalisés** dans ce secteur. Parmi les solutions alternatives aux énergies fossiles, 37% des projets d'investissement se concentrent sur les systèmes hybrides, contre 31% pour la propulsion électrique par batterie et 21% pour les piles à combustibles.

L'introduction de nouvelles technologies pourrait renouveler l'intérêt pour les questions de sécurité qui pourrait redevenir un facteur de différenciation significatif entre constructeurs et équipementiers. Les batteries, par exemple, pourraient présenter des risques d'explosion ou d'incendie en cas d'accident.

Dans la course à l'innovation technologique, **68% des acteurs majeurs privilégient la négociation d'alliances stratégiques ou la création de joint-ventures incluant constructeurs et équipementiers**. Ces changements pourraient avoir des implications significatives sur les rapports de force au sein de la chaîne de valeur de l'industrie automobile.

*« Une stratégie d'alliances permet d'accélérer l'accès aux nouvelles technologies, tout en réduisant les risques et les coûts associés à la R&D »* fait observer Laurent des Places. *« Cela est particulièrement vrai avec les technologies hybrides ou électriques. A terme, une telle stratégie peut modifier la nature des relations entre constructeurs et équipementiers »*.

## **Un dirigeant sur deux prévoit des changements significatifs dans la chaîne de valeur**

**La moitié des dirigeants interrogés (49%) considèrent en effet que l'importance des changements technologiques en cours et cette stratégie d'alliances, va impacter la chaîne de valeur au sein du secteur et modifier les rapports entre constructeurs, équipementiers, nouveaux entrants et acteurs de niche.**

Cette évolution, vraisemblablement très progressive, amènera à s'interroger sur l'importance de la marque dans le secteur automobile et permettra de confirmer qui des constructeurs ou des équipementiers s'assurera du leadership en matière de moteurs et de gestion de l'énergie dans les véhicules. Plus des deux tiers des dirigeants interrogés (71%) estiment que les constructeurs garderont ce leadership jusqu'en 2020 au moins.

**Avec le rôle accru des équipementiers et l'accélération du changement technologique, le modèle d'entreprise au cœur de la stratégie de chaque constructeur doit être repensé pour lui permettre de conserver leadership technologique, savoir-faire et image de marque.**

### **Méthodologie de l'étude**

Depuis 1999, KPMG interroge chaque année environ 200 dirigeants de l'industrie automobile mondiale pour recueillir leur opinion sur les perspectives et les tendances du secteur. L'échantillon couvre l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur, constructeurs, équipementiers de rang 1, 2 et 3, distributeurs. Ils ont été interrogés entre mi-septembre et début novembre 2010.

### **Contact :**

Ingrid Pinchot – Attachée de presse KPMG – Tel : 01 55 68 92 89 – Email : [ipinchot@kpmg.fr](mailto:ipinchot@kpmg.fr)

### **KPMG en France**

Premier cabinet français de services pluridisciplinaires aux entreprises, KPMG est membre de KPMG International Cooperative, réseau de cabinets nationaux indépendants, présent dans 150 pays. Le cabinet intervient auprès des groupes internationaux, sociétés cotées, PME, entités du secteur public et de l'économie sociale et solidaire, dans le cadre d'activités d'audit, d'expertise comptable et de conseil.

[www.kpmg.fr](http://www.kpmg.fr)



Suivez notre actualité sur Twitter !