

LES STARTUPS FRANÇAISES
réinventent
L'AUTOMOBILITÉ



FRANCE
AUTOTECH



LES STARTUPS FRANÇAISES RÉINVENTENT L'AUTOMOBILITÉ

SOMMAIRE

INTRODUCTION

Qui **sommes-nous** ? 4

9 VISIONS DU FUTUR

Mounir Mahjoubi **Secrétariat d'Etat au Numérique** 7
Thierry Peugeot **Peugeot Frères** 8
Guillaume Paoli **AramisAuto** 9
Didier Gambart **Toyota France** 10
Nick Gill **Capgemini** 11
Sanat Joshi **Amazon Web Services** 12
Jacques Aschenbroich **Valeo** 13
Nicolas Dufourcq **Bpifrance** 14
Alain Clot **France FinTech** 15

4 TENDANCES

La mobilité sera **partagée** 18
Les plateformes numériques **vers de nouveaux usages** 20
Les nouveaux services développés **par les startups** 22
Les plateformes numériques **multi-acteurs** 24

REJOINDRE FRANCE AUTOTECH

Que peut vous apporter France AutoTech ? 26

FRANCE AUTOTECH

MICHAËL FERNANDEZ-FERRI

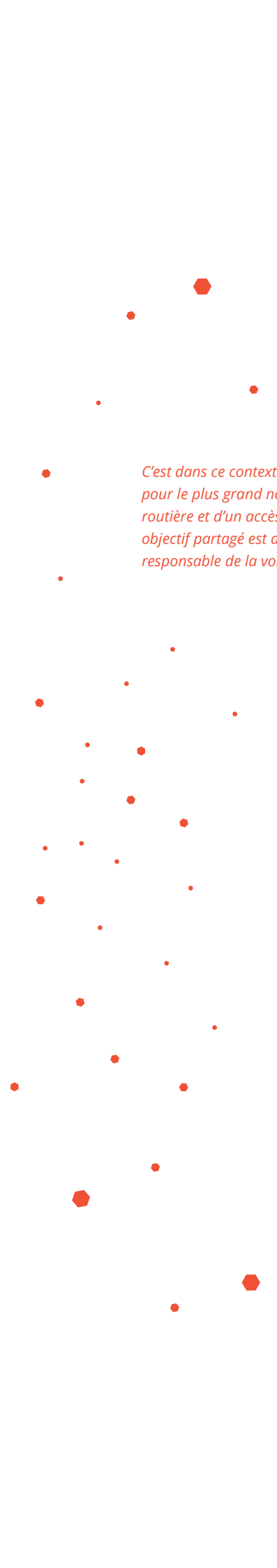
Président et co-fondateur de France AutoTech



Exigences environnementales, ruptures technologiques, évolutions sociétales... il flotte autour de la voiture comme un parfum de fin de règne. Après avoir façonné nos économies, nos vies, nos paysages depuis plus d'un siècle, le temps de rentrer au garage est-il vraiment venu ? Sans doute pas. Trop indispensable, l'automobile va seulement devoir s'accommoder avec ces enjeux d'une nouvelle époque, et, pour cela, redéfinir sa place et ses attributs parmi une palette élargie de services de mobilité : ce que nous appelons l'automobilité.

En France, près de 300 startups inventent ce nouveau modèle de déplacements, optimisé et responsable. Qu'elles travaillent sur la connectivité des véhicules, la conduite autonome, la mobilité électrique, les nouveaux usages ou la digitalisation des services, toutes partagent une même conviction : l'automobiliste en tant qu'utilisateur doit être au cœur des réflexions.

C'est autour de ce dénominateur humain commun, condition sine qua non de l'acceptabilité et de l'interopérabilité des solutions, que s'est créée en 2017 l'association France AutoTech. Verticale de la French Tech dédiée au futur de l'automobile et de ses usages, France AutoTech a été aussi bien accueillie par l'écosystème, qui aspirait à se structurer, que par les pouvoirs publics, qui nous ont d'emblée apporté leur précieux soutien. À cet égard, France AutoTech souhaite tout particulièrement remercier le secrétaire d'État chargé du Numérique, Mounir Mahjoubi, pour son engagement à nos côtés.

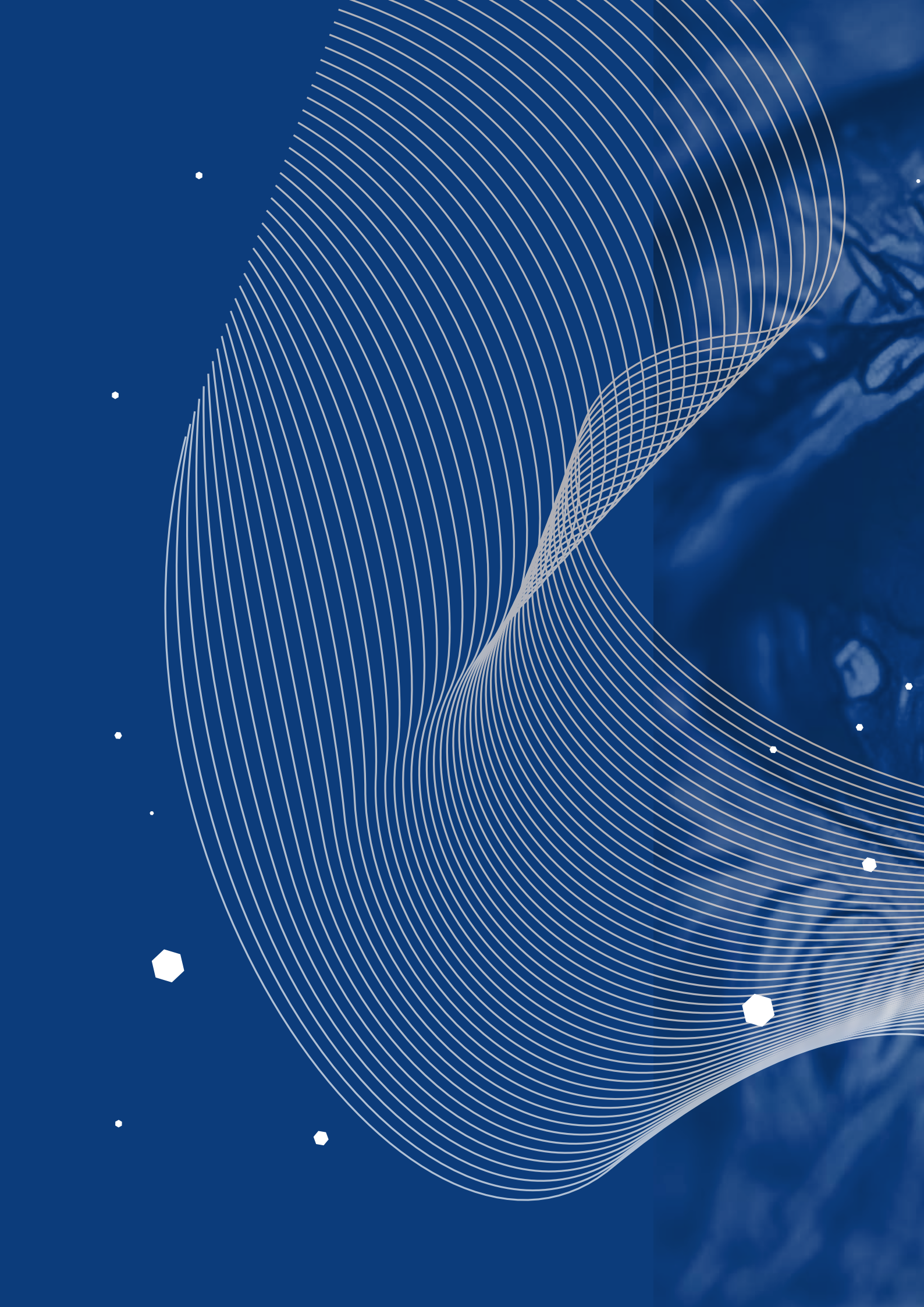


Les startups membres de France AutoTech portent une vision mais, plus encore, des valeurs communes. Drôle de paradoxe que de constater que les AutoTech se multiplient à une époque où la voiture est inutilisée en moyenne 96% de son cycle de vie.

C'est dans ce contexte que notre charte, inspirée de #TechForGood, affirme notre volonté d'innover pour le plus grand nombre ainsi que notre souci du respect de l'environnement, de la sécurité routière et d'un accès libre et protégé aux données personnelles des usagers de l'automobile. Notre objectif partagé est d'améliorer l'expérience quotidienne des automobilistes pour qu'un usage responsable de la voiture ait toute sa place dans les transports du futur.

Cette convergence de vue, qui unit nos membres par-delà la diversité de leurs activités, donne à France AutoTech la légitimité et la force nécessaires pour mener à bien ses trois grandes missions. Premièrement, représenter l'écosystème, le fédérer et s'imposer comme un interlocuteur de référence, notamment dans la perspective de l'élaboration du futur cadre réglementaire, fiscal et normatif de l'automobilité. Deuxièmement, générer des synergies entre les membres et/ou avec des grandes entreprises pour stimuler, accélérer et diffuser l'innovation. Enfin, communiquer pour faire connaître nos savoir-faire aux professionnels comme au grand public, et partager avec eux notre passion.

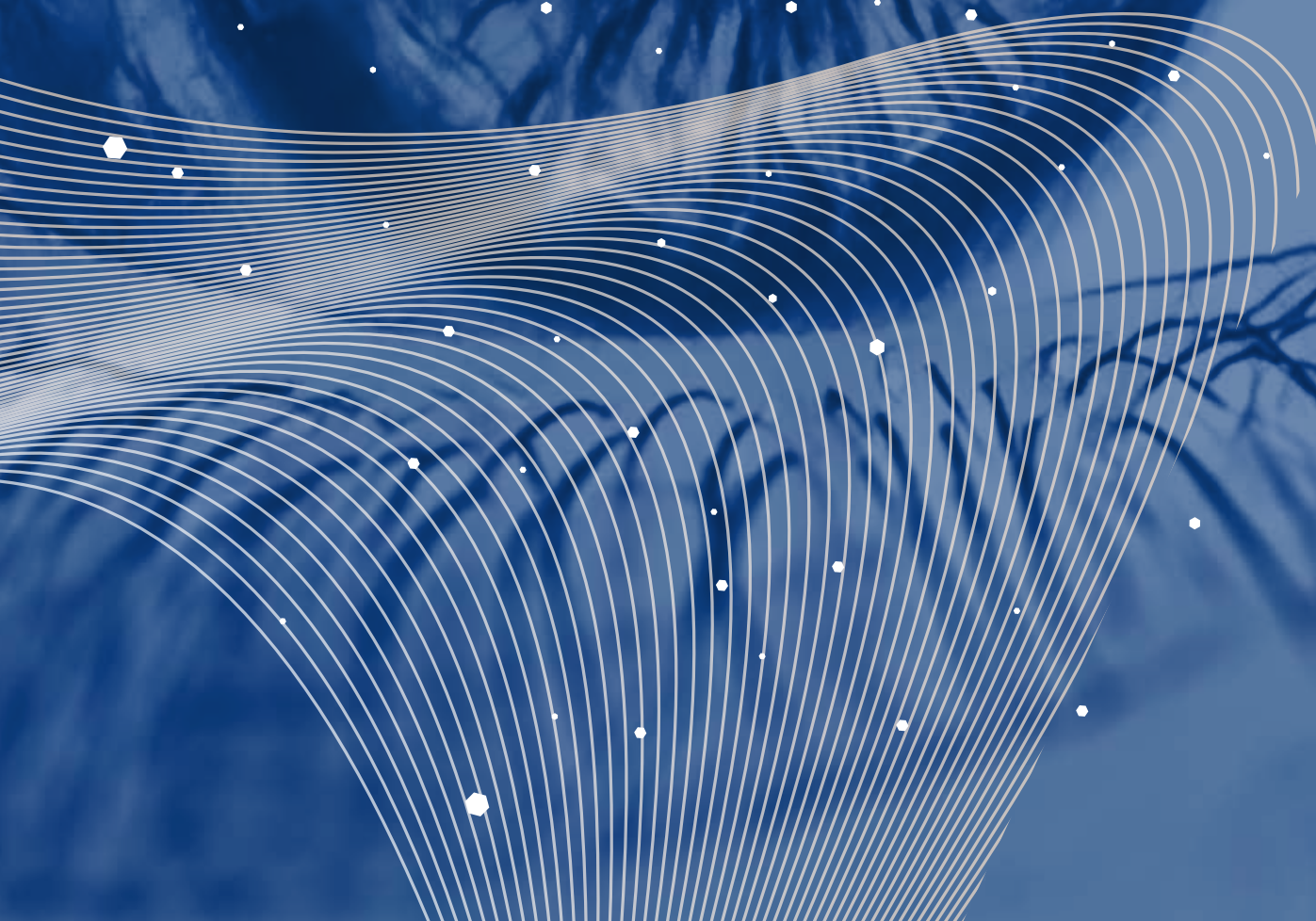
Cette analyse prospective, réalisée en collaboration avec notre partenaire Capgemini, participe à ce dernier objectif. Alors que l'écosystème est en pleine effervescence, que les initiatives se multiplient, que l'innovation s'accélère, il nous a semblé pertinent de faire le point, au travers d'un recueil de visions sur l'automobilité. En croisant les regards de disrupteurs et d'experts du secteur, cette analyse prospective entend photographier l'écosystème AutoTech à une étape charnière de son existence : le moment précis où il s'apprête à basculer d'un foisonnement tous azimuts à une force structurée, dynamique et résolue à inventer l'automobilité de demain.



9 VISIONS DU FUTUR



Regards croisés sur l'automobilité



L'AUTOTECH EST UN DES FERS DE LANCE DE LA FRENCH TECH

MOUNIR MAHJOUBI

Secrétaire d'Etat auprès du Premier Ministre, chargé du Numérique

“ Cette ambition, française aujourd'hui, européenne demain, nous la porterons ensemble



DEPUIS SA CRÉATION, LA FRENCH TECH A POUR OBJECTIF DE PERMETTRE L'ÉMERGENCE DES STARTUPS FRANÇAISES.

C'est une mission réussie puisqu'elle a participé à créer un écosystème regroupant plus de 10 000 startups en France. Mais nous devons aller encore plus loin, avec Horizon French Tech 2022 notre objectif est de passer de l'éclosion à l'envol et de faire de la France l'écosystème startups de référence en Europe. Il faut également encourager les initiatives visant à fédérer les acteurs de chaque secteur de notre économie.

Celui des transports en est un, c'est pourquoi nous avons souhaité appuyer l'initiative de l'association France AutoTech. Nous comptons sur les startups de l'association pour réinventer et renouveler l'industrie automobile qui dispose déjà d'un savoir-faire solide.

Ensemble, elles visent à transformer le quotidien des 40 millions d'automobilistes français dans le respect d'une charte de responsabilité en ligne avec les principes de #TechForGood : sécurité routière, respect de l'environnement, protection des données personnelles, transparence et confiance dans les services, accessibilité économique, développement de solutions de mobilité individuelle satisfaisant le besoin élémentaire pour tout un chacun de pouvoir se déplacer à sa guise...

Cette ambition, française aujourd'hui, nous la porterons ensemble à l'échelle européenne demain.
En route, les AutoTech !

L'AUTOMOBILITÉ SE TROUVE AU CŒUR D'UN BOULEVERSEMENT SOCIÉTAL

THIERRY PEUGEOT

Ancien Président du Conseil de Surveillance de Peugeot S.A.

Vice-Président d'Établissements Peugeot Frères.

“ **Enlever les mains du volant pourra avoir de forts impacts, y compris sociétaux...** ”



On oublie parfois la rupture considérable que fut l'automobile à ses origines. Pour la première fois de l'histoire, on a dételé les chevaux des voitures. En vingt ans à peine, tout va changer. L'économie du cheval a été bouleversée, le visage des villes transformé, de nouvelles entreprises sont apparues, et d'autres, certaines anciennes comme Peugeot, se sont réinventées...

Avec la voiture autonome, nous pouvons vivre un choc de même ampleur. Le fait d'enlever les mains du volant pourra avoir de forts impacts, y compris sociétaux, tels qu'il est difficile de les imaginer ou de les anticiper tous. Nous devrions voir apparaître une conduite plus responsable, avec moins d'accidents, moins de bruit et d'émissions avec l'énergie électrique, mais aussi de nouvelles possibilités de mobilité, de liberté et d'indépendance pour les personnes isolées ou âgées...

Ne plus avoir nécessairement à tenir le volant pourra modifier jusqu'à nos rythmes de vie puisque le temps passé en voiture

pourra devenir un temps de travail, de repos, ou de loisir à part entière. Ce que sera cette nouvelle vie à bord est un gros enjeu car les acteurs du digital souhaiteront probablement capter cette disponibilité nouvelle.

Les constructeurs automobiles, notamment français, n'ont certainement pas dit leur dernier mot car ils possèdent plusieurs atouts : leur culture historique de l'innovation, leur capacité à produire en masse des produits très complexes, et en même temps très fiables, ce qui restera toujours la première des exigences, et enfin leur maîtrise du style. Ils ont aussi la connaissance parfaite des automobilistes. Avec la voiture autonome, il sera important de toujours pouvoir reprendre le volant, afin de continuer à goûter des plaisirs de la conduite dans une belle voiture.

L'AVÈNEMENT DU ROBOT-TAXI ET DES VÉHICULES AUTONOMES NIVEAU 5 MARQUERA LA VRAIE RUPTURE

GUILLAUME PAOLI

Directeur associé, AramisAuto

“ **La voiture individuelle a encore de beaux jours devant elle** ”



Chaque année, AramisAuto mène une grande enquête sur les Français et l'automobile. L'édition 2018, réalisée avec Kantar TNS, montre que, pour une très large majorité d'entre eux, la voiture reste une nécessité. Près de neuf Français sur dix utilisent leur véhicule au moins une fois par semaine, et six sur dix quotidiennement, notamment pour se rendre à leur travail. En l'absence d'alternatives fiables et accessibles, il est probable que cette situation perdurera encore longtemps.

Certes, dans un avenir proche, de nombreux facteurs vont considérablement transformer la vie et les choix des automobilistes : l'essor de nouveaux services de mobilité comme l'autopartage, d'importantes avancées dans les domaines de la conduite assistée et autonome, par exemple sur autoroute, de nouveaux types de motorisation, une réglementation et une fiscalité plus contraignantes...

Mais tout ceci ne changera pas fondamentalement le modèle. Excepté dans les très grandes agglomérations, la voiture individuelle a encore de beaux jours devant elle. La rupture arrivera avec les robotaxis, les véhicules autonomes de niveau 5 qui seront capables d'emmener à la demande un passager d'un point A à un point B pour un coût raisonnable. Pronostiquer une date pour cette révolution est très hasardeux, mais elle ne devrait pas intervenir avant une quinzaine d'années.

D'ici là, en revanche, les acteurs du secteur devront se préparer à une érosion progressive des ventes, et surtout faire face à l'évolution des attentes des consommateurs, en proposant des services et des parcours associant, sans couture, physique et digital.

LE DIGITAL, FACTEUR CLÉ QUI DISTINGUERA CEUX QUI SAURONT TIRER PROFIT DES NOUVELLES OPPORTUNITÉS

SANAT JOSHI

Head of WW Automotive and Manufacturing Industries BD, Amazon Web Services

“ Intégrer la dimension digitale constitue une révolution qui exige des constructeurs un changement d’approche radical ”



Parmi les transformations actuelles du secteur automobile, il faut insister sur l’arrivée du digital dans l’habitacle car cela va considérablement améliorer l’expérience des automobilistes et changer leur perception de cet espace. Les assistants vocaux intelligents, comme Alexa, nous permettront d’offrir aux conducteurs et aux passagers une interface homme-machine à la fois sûre, intuitive et conviviale.

Ce dialogue entre le conducteur et son véhicule sera en outre enrichi par l’intégration plus poussée de services basés sur les données comme les assistants de navigation ou des services de recommandation proposant des suggestions basées sur les préférences antérieures du conducteur.

Les constructeurs chercheront aussi à développer les services digitaux pour les passagers afin de rendre leur trajet plus agréable : shopping, musique, loisirs... Enfin, la voiture s’insérera davantage dans l’environnement connecté, ce qui favorisera l’émergence de nouveaux usages.

Par exemple, le véhicule deviendra un point de livraison d’achats, ou se coordonnera mieux avec d’autres modes de transport. Toutefois, même si les voitures sont déjà très différentes de ce qu’elles étaient il y a cinq ans à peine, le développement des interfaces digitales embarquées ne fait que débuter.

En fait, intégrer cette dimension digitale sera une révolution qui exigera des constructeurs un changement d’approche radical. Ils ont coutume d’anticiper sur plusieurs années ce qui intéressera leurs clients. Or, dans le digital, il faut aller beaucoup plus vite.

La capacité à opérer cette mutation culturelle sera le facteur clé qui distinguera ceux qui sauront tirer profit des nouvelles opportunités.

FACE À CES BOULEVERSEMENTS, LES ACTEURS DU SECTEUR VONT DEVOIR SE RÉINVENTER

DIDIER GAMBART

Président Directeur Général, Toyota France

“ ***Se repenser,
c'est réussir à se fondre
dans un nouvel écosystème
sociétal et technologique*** ”



Face à l'obsolescence programmée du modèle fondé sur la possession de véhicules individuels, les constructeurs doivent se réinventer. Toyota, pour sa part, fait de l'automobilité responsable le cœur de sa stratégie d'avenir. Cette notion repose sur trois piliers.

Premièrement, le respect de l'environnement, avec l'ambition de réduire de 90 % nos émissions de CO2 d'ici 2050 (par rapport à 2010) grâce notamment aux technologies hybrides et hydrogène ; deuxième pilier, la sécurité ; le troisième est celui d'une mobilité pour tous, avec un éventail de véhicules et de services capables de répondre à la diversité des profils et des besoins.

Pour atteindre cette mobilité fluide, intégrée et orchestrée par des plateformes comme la Mobility Service Platform, les défis sont nombreux : technologiques, économiques, sociétaux... Autour du véhicule automatisé, qui sera le catalyseur de cette révolution, il faut

repenser les business models, l'expérience utilisateur, la logistique, la maintenance... et ce, tout en se conformant aux évolutions réglementaires.

Ce chantier est si vaste qu'il exige de casser les organisations traditionnelles, comme nous l'avons fait nous-mêmes, pour aborder de façon plus agile les sujets innovants, mais aussi de s'ouvrir davantage sur l'extérieur. Se repenser, c'est réussir à se fondre dans un nouvel écosystème sociétal et technologique, principalement guidé par les startups dont l'apport est plus que primordial. Toyota a débuté il y a près de 100 ans en fabriquant des métiers à tisser et a su se réinventer pour devenir le premier constructeur automobile mondial.

Aujourd'hui, c'est à une mutation d'une ampleur encore plus vaste à laquelle le Groupe se prépare.

LES CONSTRUCTEURS AUTOMOBILES VONT DEVOIR ACCOMPLIR UNE TRIPLE TRANSFORMATION

NICK GILL

Global Automotive Council Lead, Capgemini

“ Parvenir à collaborer avec des startups, capables d'apporter leur sens du client, sera une des clés du succès ”



Depuis quelques années, l'industrie automobile investit massivement sur les quatre grands axes qui définiront à coup sûr son avenir : la connectivité, la conduite autonome, l'autopartage et la motorisation électrique. Or, de plus en plus, on s'aperçoit que ces sujets ne sont pas dissociés mais, au contraire, interdépendants : l'électrique facilite la connectivité, elle-même indispensable à la conduite autonome, laquelle favorise l'autopartage, etc.

En outre, ces différents domaines ont en commun d'étendre leurs ramifications au-delà des frontières traditionnelles du secteur. Les télécoms, l'IT, l'énergie, la finance, le transport public sont autant de parties prenantes incontournables pour définir et mettre en œuvre les services qui seront rattachés aux véhicules de demain.

Enfin, si l'on ignore quelle sera la « killer app » de la voiture connectée ou à quelle rapidité les consommateurs adopteront la conduite autonome, une chose est certaine : ce sont eux, et eux seuls, qui en décideront. Pour réussir, c'est-à-dire s'imposer comme marque de référence en matière de mobilité, les constructeurs automobiles vont donc devoir accomplir une triple transformation : décloisonner leur organisation, collaborer d'égal à égal avec des partenaires extérieurs et se tourner résolument vers leurs clients.

Ce sont trois changements culturels profonds car ils vont à l'encontre de l'ADN d'excellence industrielle qui fait la force du secteur automobile. Parvenir à collaborer avec des startups, capables d'apporter leur agilité et leur sens du client, sera sans aucun doute l'une des clés du succès.

VIS-À-VIS DES STARTUPS, LES GRANDS GROUPES INDUSTRIELS DOIVENT PORTER LES RISQUES DE L'INNOVATION

JACQUES ASCHENBROICH

Président Directeur Général, Valeo

“ *Entre ces deux mondes,
il y a non seulement un
écart culturel mais aussi
de responsabilité* ”



Nous estimons que le secteur automobile compte environ 30 000 startups dans le monde. S'inspirant de Tesla, certaines aspirent à devenir des constructeurs à part entière. D'autres, à l'image de Waymo ou Uber, cherchent plutôt à révolutionner les usages en créant des robot-taxis.

Le plus grand nombre, cependant, se positionne soit sur les services digitaux de mobilité, comme l'autopartage, soit sur des niches technologiques, comme les capteurs ou les batteries solides. Pour les constructeurs et les équipementiers, il est fondamental de collaborer avec ces acteurs qui recèlent un énorme potentiel d'intelligence, d'énergie et d'innovation.

C'est pourquoi une initiative comme France AutoTech est la bienvenue pour dynamiser cet écosystème.

Cependant, toutes les startups n'ont pas les mêmes besoins, la même maturité, ou la même place sur la chaîne de valeur.

Aussi, leurs relations avec les grands groupes sont-elles nécessairement protéiformes. Par exemple, Valeo a noué un partenariat technologique avec Mobileye, investi directement dans Navya, racheté Peiker et Gestigon... Tous les cas de figure existent. Mais, quelle que soit la forme de la relation, celle-ci demeure complexe en raison de l'écart culturel, mais aussi de responsabilité, entre ces deux mondes.

Vis-à-vis de leurs clients, actionnaires et salariés, les grands groupes ont un impératif de résultat. Or, en incorporant un nouvel élément, on hérite de ses forces mais aussi de ses faiblesses.

C'est l'un des rôles clés des équipementiers que d'endosser et maîtriser ce risque pour apporter en toute sécurité l'innovation aux constructeurs automobiles.

L'ÉCOSYSTÈME DE L'AUTOMOBILITÉ A BESOIN DE CATALYSEURS POUR FACILITER LES COLLABORATIONS

NICOLAS DUFOURCQ

Directeur général, Bpifrance

“

***Bpifrance contribue
à rapprocher ces univers
pour constituer
un écosystème élargi
et vivace***



Tout particulièrement en France, l'automobile a toujours été une passion d'entrepreneurs. C'est pourquoi Bpifrance soutient de très nombreuses startups sur tout le spectre de l'automobilité, qu'il s'agisse de services digitaux, de deep techs ou d'industrie plus traditionnelle. Pour les aider à concrétiser leur vision, nous les écoutons, nous les conseillons et nous les accompagnons au moyen d'outils financiers mais aussi non financiers, comme notre programme Accélérateur PME.

Dans le cas plus spécifique de l'automobile, Bpifrance joue aussi un rôle clé de catalyseur de collaborations. Aujourd'hui, les constructeurs et les grands équipementiers sont avides de technologies et d'idées nouvelles.

Or, celles-ci peuvent jaillir de domaines dont ils sont moins familiers, comme les semi-conducteurs ou la vision artificielle.

Depuis notre position centrale qui nous donne une vue panoramique de l'innovation en France, nous contribuons à rapprocher ces univers pour constituer un écosystème élargi et vivace, où les startups trouveront les moyens de grandir. Toutes n'ont pas vocation à devenir des géants, mais nous ne devons pas passer à côté de celles qui en ont le potentiel.

Pourtant, aujourd'hui, ce sont souvent les Américains et les Chinois qui récupèrent nos jeunes pousses les plus prometteuses et en récoltent les fruits.

Contrairement aux idées reçues, le problème pour les conserver et les faire croître n'est pas financier ; il est culturel. Pour résister à la tentation de vendre, l'entrepreneur doit avoir l'ambition de créer quelque chose de grand et, surtout, l'audace d'y croire.

LES STARTUPS DE L'AUTOTECH DOIVENT MONTRER UN VISAGE COMMUN

ALAIN CLOT

Président-fondateur, France FinTech

“

Comme France AutoTech, France FinTech est un catalyseur de rencontres et d'innovation



Avec l'irruption du numérique, il me semble que l'industrie automobile se trouve confrontée à des défis très similaires à ceux que nous connaissons dans la finance.

Le premier d'entre eux est certainement l'évolution considérable des attentes et des comportements des consommateurs. De plus en plus, ceux-ci veulent être libres et maîtres de leurs choix, pouvoir changer d'avis, composer eux-mêmes leurs solutions au gré de leurs besoins...

L'usage l'emporte sur la propriété, la commodité sur le prix. Le rapport à l'objet évolue fondamentalement avec, par exemple, l'essor de l'auto-partage ou des divers schémas de location.

Il en résulte, dans la banque comme dans l'automobile, un bouleversement rapide et profond de paysages longtemps figés : des startups proposent de nouveaux services et de nouvelles expériences plus en phase avec ces demandes ; de puissants acteurs extérieurs, notamment les GAFA, s'invitent sur le marché ;

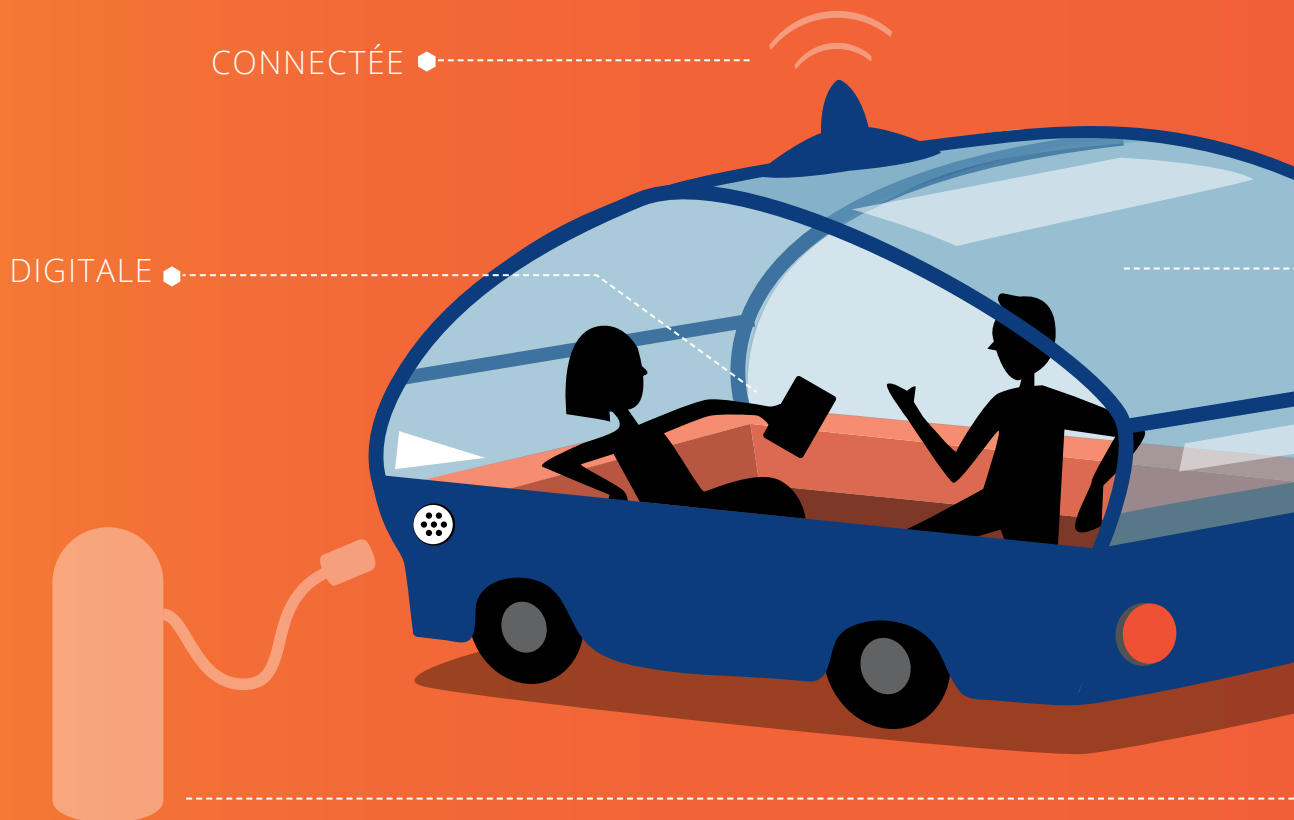
déjà très stricte, la réglementation évolue et se renforce, tandis que la technologie poursuit ses avancées, avec des innovations de rupture comme la blockchain et l'intelligence artificielle. À cela, il faut sans doute ajouter que l'un et l'autre secteur ont quelque peu perdu de leur lustre et qu'il leur faut s'employer à reconquérir leur image pour tant séduire les clients qu'attirer les meilleurs talents.

C'est pour relever collectivement tous ces défis que nous avons créé France FinTech. Comme France AutoTech, France FinTech est un catalyseur de rencontres et d'innovation pour ses membres, et leur donne une voix et un visage communs face aux diverses parties prenantes de la vaste recomposition en cours. Bonne route France AutoTech !



An aerial night view of a road with light trails from vehicles. The image is overlaid with a futuristic grid of white lines that curve and warp, suggesting motion and technology. Small white dots are scattered across the scene, resembling stars or data points.

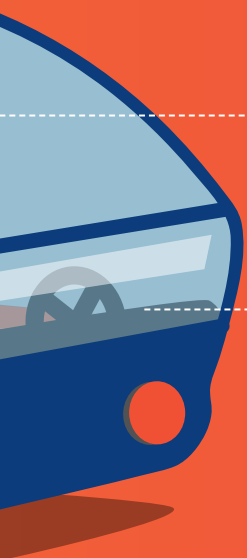
4 TENDANCES **STRUCTURANT** LA MOBILITÉ DU FUTUR



LA MOBILITÉ SERA **PARTAGÉE - AUTONOME - CONNECTÉE** **ELECTRIQUE - DIGITALE**

L'automobile vit une révolution industrielle sans précédent sous-tendue par cinq forces : le partage, l'autonomie, la connectivité, la motorisation électrique et le digital. Redéfinissant les usages, les acteurs du secteur se muent de plus en plus en fournisseurs de services de mobilité. Le changement majeur de paradigme que constitue cette nouvelle mobilité « as-a-service » (MaaS) s'accompagne de l'émergence d'un nouvel état d'esprit, largement partagé par les acteurs d'un écosystème grandissant.

Sur tous les plans, ce « perturbateur sociétal », polymorphe ou multimodal, ouvre d'extraordinaires perspectives, semées d'interrogations.



◆ PARTAGÉE

◆ AUTONOME

◆ ELECTRIQUE

MOBILITÉ PARTAGÉE

Alors que 60 % des Européens sont motorisés, leurs voitures ne sont utilisées que 3 % de leur durée de vie. Un modèle loin d'être optimal qu'entendent revoir divers services de partage. Cependant, malgré leur attrait, des questions demeurent : Comment assurer leur viabilité économique ? Comment les étendre au-delà des grands centres urbains ? Et comment industrialiser des offres à la valeur largement sociale ? La disponibilité et la fiabilité de services pour tous, ainsi qu'un cadre réglementaire plus strict limitant les dérives, seront la clé du succès.

MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

Les évolutions réglementaires, la baisse du coût de production des batteries, leur autonomie croissante et le développement d'infrastructures de recharge vont accélérer la diffusion des véhicules électrifiés. Avec eux, au-delà d'un bilan carbone plus favorable, émergeront aussi de nouveaux business models (par exemple, utiliser son véhicule pour stocker, puis redistribuer sa propre énergie). Attention cependant à ce que l'arrivée d'autres énergies alternatives, comme l'hydrogène, ne viennent perturber la bienveillance actuelle des consommateurs pour l'électrique.

MOBILITÉ CONNECTÉE

De même que les smartphones ont démultiplié les usages du téléphone, le véhicule connecté va redéfinir les interactions entre l'auto et l'automobiliste. Mais avec le développement des services embarqués, la proposition de valeur du véhicule

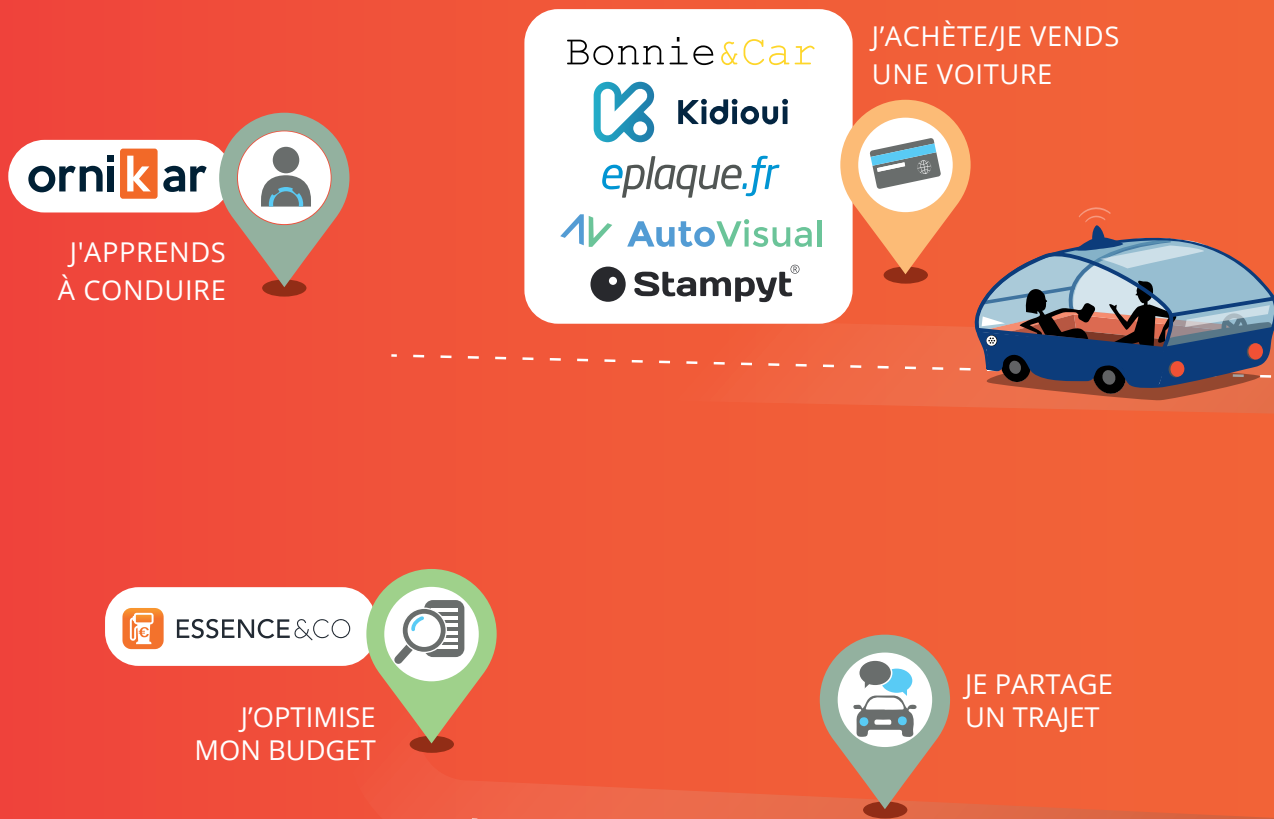
et, a fortiori, sa valeur résiduelle seront remises en question. Quelle sera l'attitude des constructeurs ? Dans quelle mesure capteront-ils la valeur liée à ces services ? Et quel sera l'impact sur le marché de l'occasion ?

MOBILITÉ AUTONOME

Robots-taxis et robots-ambulances vont révolutionner les habitudes et pallier à des situations de mobilité irrésolues, comme les déplacements d'urgence en milieu rural. Toutefois, l'évolution vers l'autonomie soulève quelques interrogations. Ainsi, sachant que les véhicules autonomes de niveau 4 représenteront 55 % des ventes en 2040, comment réguler une période transitoire où cohabiteront véhicules autonomes et non autonomes ? Et comment gèrera-t-on la fin de vie du parc traditionnel, aujourd'hui proche de 40 millions de véhicules en France ?

MOBILITÉ DIGITALE

Les parcours clients des opérateurs de l'automobilité sont en mutation : réserver un chauffeur, payer le parking sur smartphone, offrir un service d'entretien en ligne, immatriculer un véhicule depuis une tablette ... le digital a transformé les habitudes des consommateurs de l'automobilité. L'enjeu ? Simplifier le parcours de l'automobiliste responsable pour lui apporter un service adapté à son besoin. Jusqu'où irons-nous dans l'automatisation ? Quelle place pour les écrans à bord ? Quelle continuité avec l'expérience digitale en dehors du véhicule ?



L'AUTOMOBILISTE SERA RESPONSABLE

Les consommateurs portent une attention grandissante aux conséquences sociétales et environnementales de leurs choix, et cela vaut aussi pour l'automobile. Où et comment mon véhicule a-t-il été produit ? Comment se comporte-t-il ? Comment sera-t-il utilisé, réutilisé, démantelé ? Telles sont quelques-unes des questions que se pose désormais l'automobiliste et sur les réponses desquelles il jugera les constructeurs et les fournisseurs de services.

Demain, utiliser une voiture pour se déplacer deviendra un acte responsable, ce qui incitera les acteurs de l'automobile à tenir compte de trois enjeux majeurs :

DEPOPASS | GO

✓ Easyverif



JE SÉCURISE
LA TRANSACTION

DRIVE D QUANT



CARFIT

tank you

DRUST

J'OPTIMISE
MA CONDUITE

LeCarrossier.fr

Tchek

monmecanicien.fr

reparcar.fr

kleen



J'ENTRETIENS
MA VOITURE

EXPEDICAR

JE LOUE
UNE VOITURE

JE PARTAGE
UNE VOITURE

LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

L'innovation doit être mise au service d'une consommation raisonnée, visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre, les émissions polluantes et les déchets. Grande consommatrice d'énergie aujourd'hui, la voiture pourrait demain contribuer à en produire, voire à en optimiser la consommation. En interaction permanente avec son environnement (villes, routes, bâtiments...), l'automobile offre en effet des possibilités de stockage et de transport d'énergie qui permettront d'en optimiser l'usage et le coût. Par exemple, un véhicule peut fonctionner la journée mais être rechargé la nuit, où l'électricité est moins chère.

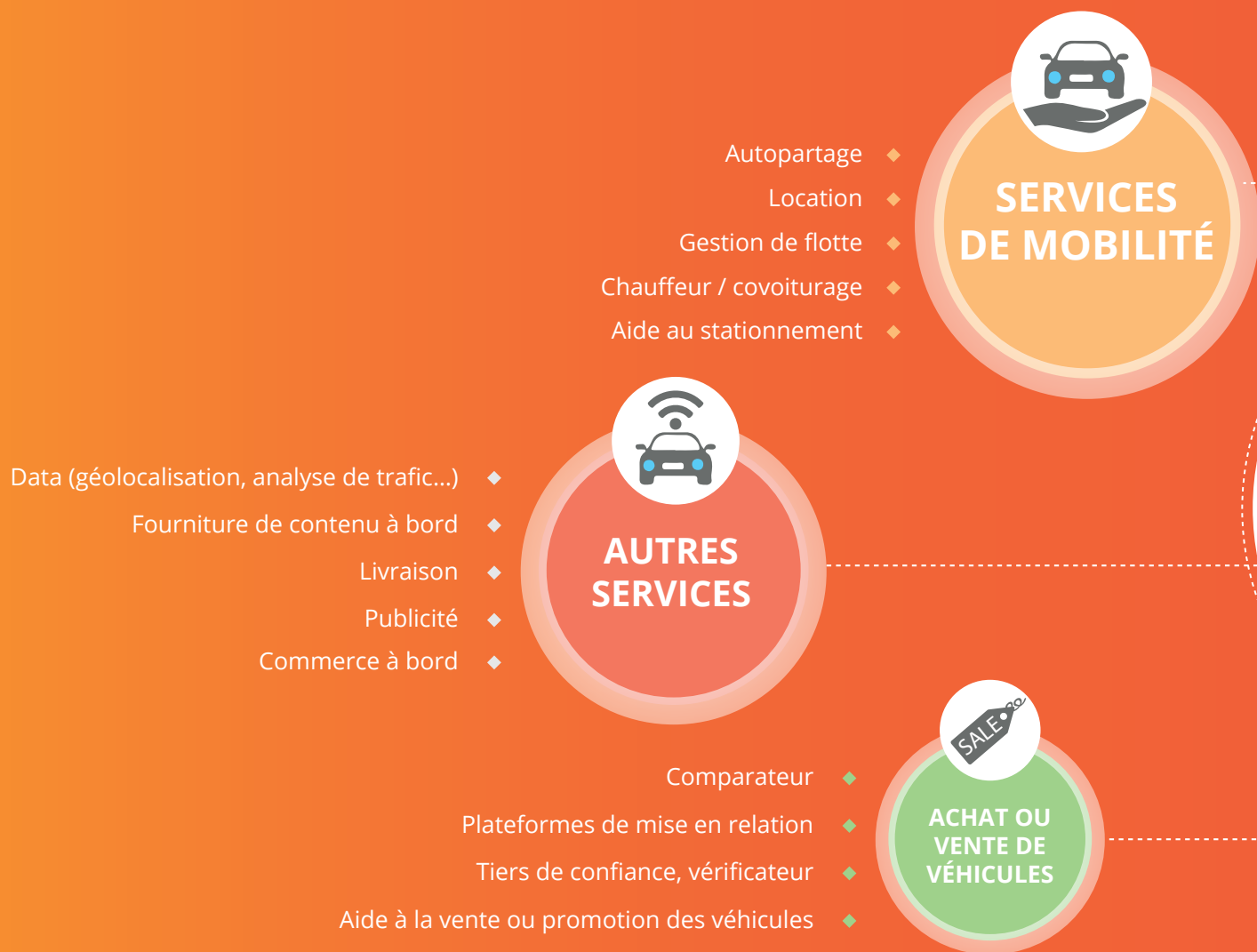
LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Chaque jour, un véhicule autonome traite 5 To de données ! L'exploitation de ces données grâce au Big Data et à la Data Science permettra de mieux comprendre les différentes situations de conduite. Sur cette base, tout l'enjeu sera de développer les outils et les services qui faciliteront les interactions entre le véhicule autonome et son environnement

de manière à réduire l'accidentologie, et ce, dès la phase prochaine de transition, où le véhicule autonome cohabitera avec des véhicules traditionnels et des piétons. Le véhicule autonome ne devra pas seulement éviter les situations à risque, mais aussi savoir se faire reconnaître afin de se signaler à son environnement et de l'habituer à sa présence.

LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Alors que les consommateurs cherchent de plus en plus à protéger leurs données, les véhicules autonomes vont au contraire nécessiter des échanges de données importants pour assurer la sécurité des voyageurs et de leur environnement. Un véhicule dont les passagers ne souhaiteraient pas partager leurs données deviendrait « invisible » pour son voisinage, et donc dangereux. Pour la sécurité de tous, il relèvera de la responsabilité de l'automobiliste de partager ses données, et de celle des entreprises de lui permettre de le faire en toute confiance.



LES NOUVEAUX SERVICES SERONT DÉVELOPPÉS PAR LES STARTUPS

Alors qu'il se crée en France un peu plus d'une startup par minute, près de la moitié échoue avant ses trois ans**. Entre les grands groupes, bâtis pour surmonter chaque nouvelle rupture, et les nouveaux acteurs, toujours en quête d'innovation mais souvent dépassés par les enjeux associés, ce sont deux mondes aux antipodes qui doivent cohabiter. Trois CEO, Léa Chevry - Tchek, Sophie Vergne - Kleen et Céline Maubert - Easyverif, livrent leur vision d'un amour nécessaire et, finalement, pas si impossible.*

« Ces dix prochaines années, la relation entre les grands groupes et les startups ne connaîtra pas d'évolution majeure. Les startups vont plus vite, sont plus innovantes, mais ont moins de focus, tandis que les grands groupes sont plus rentables, mieux organisés, disposent de plus de moyens, mais sont moins à même de résoudre des problèmes rapidement », constate Léa Chevry.

* Insee, 2017. ** French Web, 2018.



Si les grands groupes sont assez enclins à réaliser un proof of concept (POC) ou pilote avec une startup, le passage à l'échelle reste rare. À cela, deux causes principales :

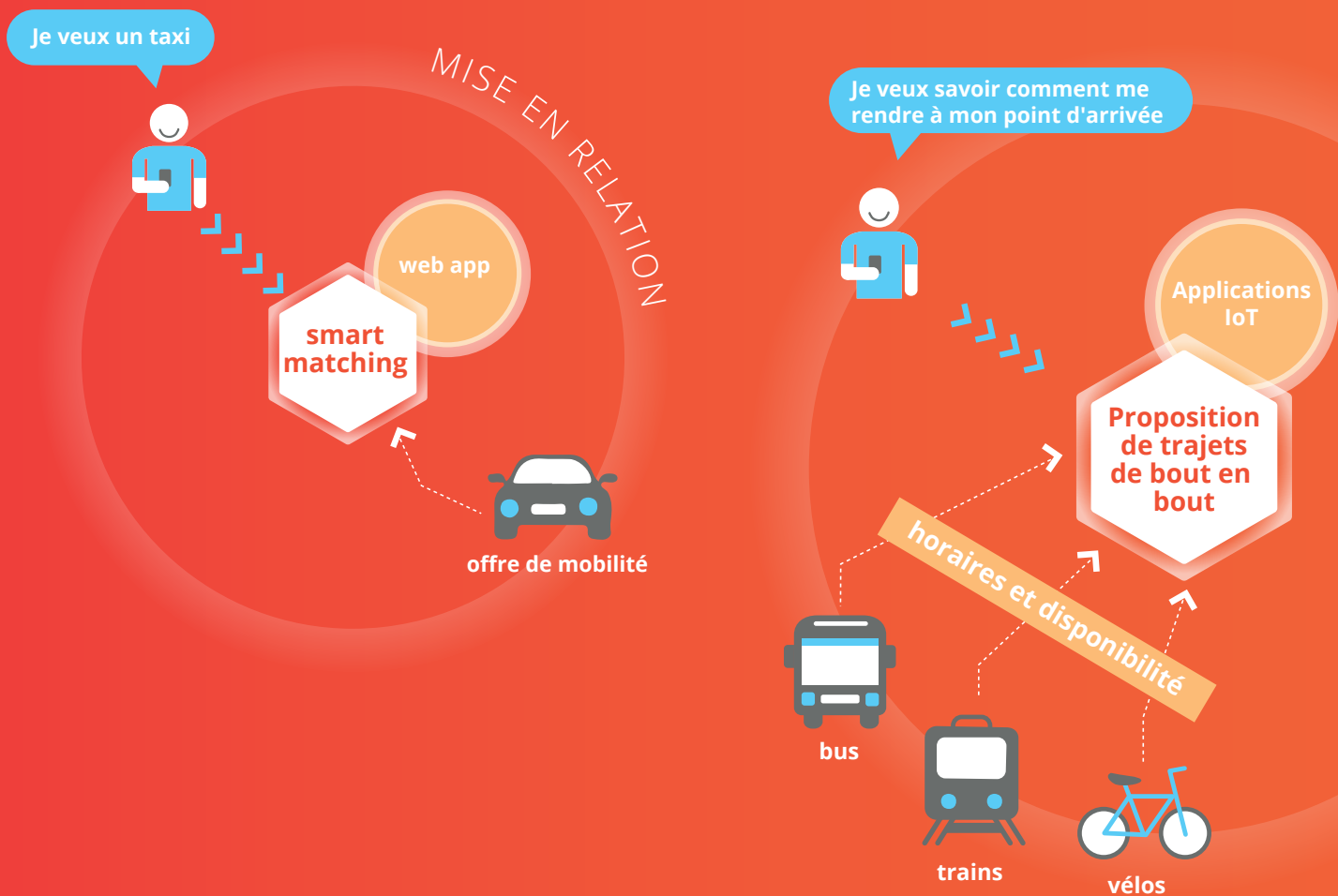
- d'une part, les startups méconnaissent le fonctionnement, les contraintes et les efforts d'intégration des grands groupes qui, pour chaque problème, doivent mobiliser l'ensemble de leurs réseaux, leur système d'information, etc.
- d'autre part, une relation gagnant-gagnant nécessite des startups qu'elles puissent se projeter sur le long terme alors que leur survie se joue d'abord à court terme et dépend de la capacité des grands groupes à itérer rapidement.

Pour les trois entrepreneuses, les startups ne sont toutefois pas destinées à remplacer les grands groupes. L'objectif est de s'enrichir mutuellement via un fonctionnement partenarial. « *Les grands groupes ont vocation à investir dans les startups, mais pas forcément de façon majoritaire* », estime Céline Maubert.

UNE AGILITÉ INOUIË

Un atout des startups est leur capacité à pivoter rapidement. « *Si une startup se rend compte au bout d'un an que son business model n'est pas bon, elle peut en changer dans l'après-midi* », note Léa Chevy. C'est cette agilité inouïe qui rend la relation grands groupes/startups à la fois si fructueuse et si complexe. « *Côté startup, une des clés de la collaboration est de rester focalisé sur son produit ou son service, et d'éviter les projets transverses ou pas assez ciblés* », insiste Léa Chevy. Quant aux grands groupes, pour Sophie Vergne, « *ils doivent mieux s'appuyer sur l'agilité des startups et leur capacité à capter des signaux faibles pour tester de nouvelles idées*. » Ce qui signifie aussi ajuster le pilotage de leurs projets.

En France, les startups ont réellement l'opportunité de créer les services d'automobilité de demain. Mais pour qu'elles ne soient pas, comme trop souvent, réduites au rang de « laboratoire expérimental », il leur faut appréhender les exigences du long terme afin qu'émerge un ADN hybride, valorisant les synergies de cultures complémentaires.

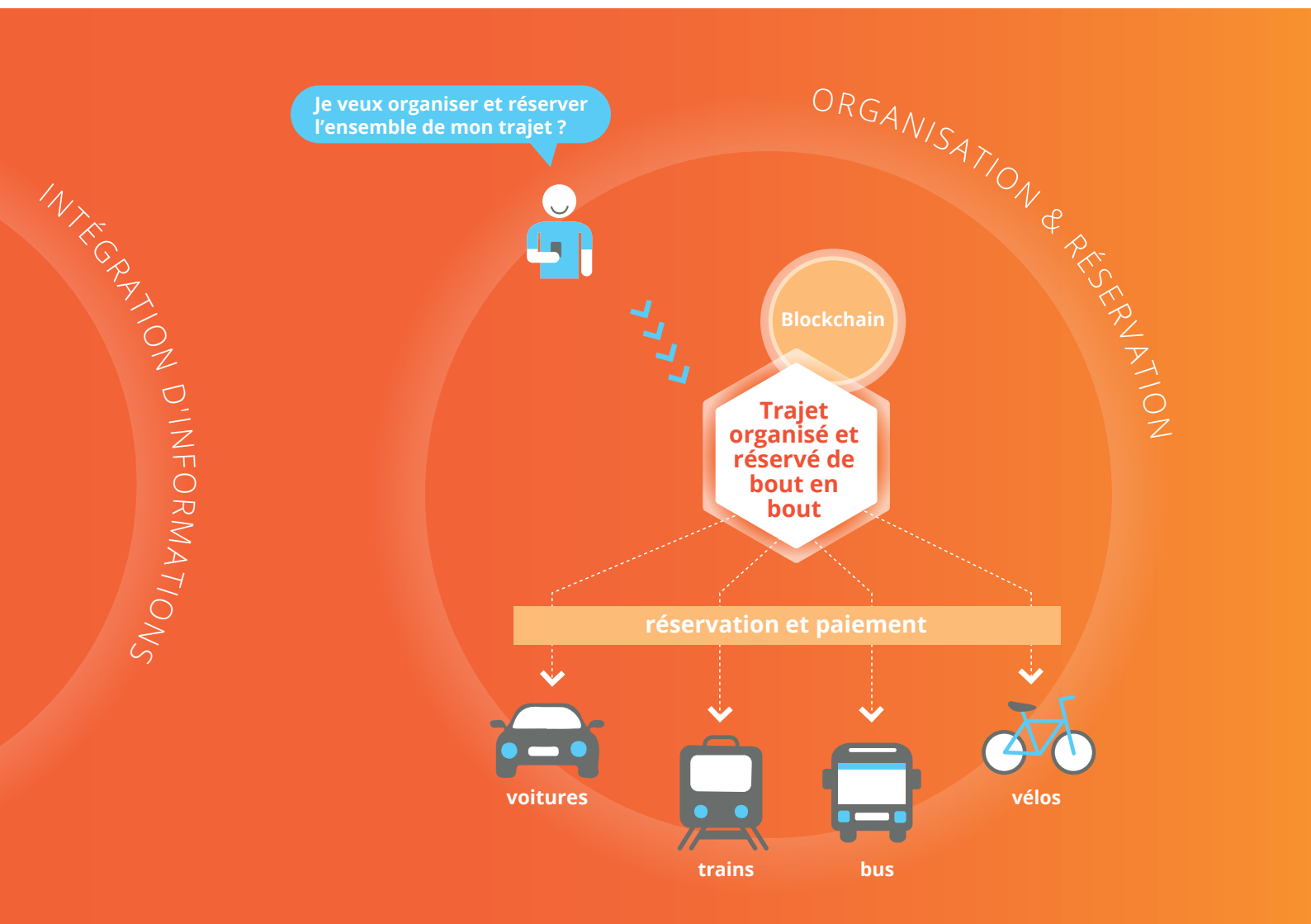


LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES SERONT LE VECTEUR DES NOUVEAUX USAGES

Multimodale, souple et personnalisée, la mobilité du futur reposera sur des plateformes capables d'agréger les services de diverses entreprises de manière à offrir aux utilisateurs une expérience de qualité d'un bout à l'autre de leur trajet. Autour de ces plateformes transactionnelles, des startups développeront des services spécialisés et des technologies support s'adaptant à l'évolution des usages et des besoins.

Dans un contexte de connectivité croissante (1,4 milliard de smartphones vendus en 2017), les plateformes MaaS (Mobility as a Service) vont devenir incontournables pour répondre aux besoins de mobilité des populations, notamment dans les zones denses. Leur capacité à intégrer rapidement de nouveaux services leur permettra en effet de s'adapter sans délai aux attentes des utilisateurs.*

* GfK 2017



Pour réussir cette plateformes, trois éléments fondamentaux sont indispensables :

UN ÉCOSYSTÈME SOLIDAIRE

Pour offrir des services fiables de bout en bout, les plateformes MaaS devront réunir des acteurs positionnés tout au long de la chaîne de valeur : constructeurs automobiles, fournisseurs de services associés, acteurs du digital...

Quelle collaboration ceux-ci mettront-ils en place pour proposer des services sans couture à 360° ? Quel sera le modèle économique d'une telle plateforme ? Comment assurer la juste redistribution de la richesse créée ? Et quelle sera, en particulier, la stratégie des constructeurs automobiles ?

UN PARTAGE DE DONNÉES MAÎTRISÉ

Le développement de nouveaux services à forte valeur ajoutée nécessitera des données utilisateurs en quantité et en qualité suffisantes. Il sera donc indispensable d'organiser le partage de ces données et de garantir la fiabilité des flux entre les différents acteurs, fussent-ils concurrents. La gouvernance des données,

la gestion de l'identité numérique et des droits d'accès, et la conformité aux évolutions réglementaires seront essentiels.

UNE INTEROPÉRABILITÉ TECHNIQUE

Pour proposer des services sans couture, les acteurs de l'écosystème devront passer des contrats les uns avec les autres, et gérer de nombreuses transactions bilatérales en dépit de leurs différences de taille, d'activité et de systèmes d'information. Facilitant cette interopérabilité, la blockchain permettra aux plateformes d'intégrer rapidement de nouveaux services et jouera à cet égard un rôle clé.

Anticipant ces enjeux, France AutoTech participe notamment à l'élaboration d'un écosystème ouvert associant, à l'initiative de Capgemini, des acteurs de la mobilité traditionnelle, de la bancassurance ou de la gestion de parc. Les startups y trouveront un environnement propice pour inventer les technologies et les services de l'automobilité de demain.



REJOINDRE FRANCE AUTOTECH

PRÉSENTATION

Intransigeants sur la sécurité, soucieux de l'environnement et vigilants sur l'utilisation de leurs données, les consommateurs attendent du monde de l'automobile qu'il prenne en compte leurs nouvelles préoccupations. France AutoTech rassemble les startups qui se reconnaissent dans cet automobiliste responsable, et développent des technologies et des services qui répondent à ses exigences.

Dans le droit fil de la riche histoire d'innovation de l'industrie automobile française, l'association France AutoTech ambitionne de fédérer les 300 startups françaises de l'automobilité autour de la volonté commune d'innover pour le plus grand nombre, et un souci partagé de l'environnement, de la sécurité routière et d'une utilisation transparente des données personnelles.

En structurant l'écosystème foisonnant des startups liées au secteur automobile, cette initiative unique au monde permet de faire davantage connaître ces nouveaux acteurs tout en favorisant leurs interactions avec les acteurs traditionnels.

Partenaires, Sponsors et Membres sont le triptyque fondateur de France AutoTech qui fédère au-delà des startups, les grandes entreprises et les institutions du secteur. C'est dans une logique d'écosystème ouvert que les partenaires de France AutoTech construisent ensemble l'amélioration de l'automobilité de demain, tout en lui assurant une place de choix dans la compétition mondiale.



DES OPPORTUNITÉS BUSINESS
avec des grands groupes et des modèles disruptifs de startups

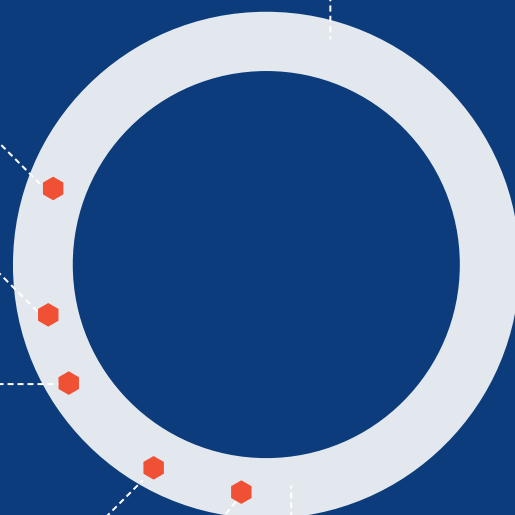
UNE ÉCOUTE BIENVEILLANTE
des financeurs

UNE OPPORTUNITÉ
de participer une fois par an à un challenge très ambitieux

UN RÉSEAU D'ENTREPRENEURS
et de labos, d'écoles et de compétences

DES STARTUPS PLUS LISIBLES
par l'écosystème

300 STARTUPS
dédiées au secteur automobile en France



AVRIL 2017
Création de l'association France AutoTech

FRANCE AUTOTECH OFFRE DE :

FÉDÉRER ET FAIRE CONNAÎTRE SES MEMBRES

en sensibilisant le public et les professionnels aux enjeux liés à la transformation de l'automobile. Cette action passera notamment par :

- un pavillon dédié au Paris Motor Show 2018
- l'organisation en 2019 de l'évènement AutoTech Disruption, qui réunira l'écosystème AutoTech français et international ainsi que des leaders d'opinions
- la production de supports de communication à valeur ajoutée, telle la présente analyse prospective.

DÉFENDRE LEURS INTÉRÊTS

au travers d'initiatives collectives sur lesquelles ils souhaitent se mobiliser afin de faire valoir une position commune.

L'association les accompagne dans leur démarche, leur apportant si nécessaire un appui juridique.

DÉVELOPPER DES SYNERGIES

aussi bien entre eux qu'avec des partenaires externes grâce à l'organisation de rencontres régulières et l'établissement de passerelles avec de grands acteurs (contribution à la communauté Trusted Car lancée par Capgemini, partenariat avec Saint-Gobain pour l'innovation dans le domaine des pare-brises, organisation de hackathons...).

“

La voiture qui change vers plus d'intelligence, plus de connectivité et plus d'autonomie, c'est toute la mobilité et tout le service autour de la voiture qui changent.

Avoir confiance en ces nouveaux services et en ceux qui les réalisent, c'est la condition essentielle d'une mobilité heureuse et performante. France AutoTech et France Pare-Brise sont au cœur de cette nouvelle révolution, qui s'invente tous les jours.

MARTIAL LAFONT
DIRECTEUR GÉNÉRAL, FRANCE PARE-BRISE,
GENERAL MANAGER, GLASSDRIVE

“

On ne s'en rend pas forcément compte mais 80% des trajets de 100 à 800 km en Europe sont encore effectués en voiture, la plupart du temps seul ! Il est donc logique et urgent dans un contexte de changement climatique, de croissance de la population et de ses aspirations à la mobilité de faire évoluer les comportements vers une mobilité partagée.

FRÉDÉRIC MAZZELLA
PRÉSIDENT-FONDATEUR DE BLABLACAR ET DE WONDERLEON

UNE ANALYSE PROSPECTIVE CO-PRODUITE PAR **FRANCE AUTOTECH** ET

CAPGEMINI



CAPGEMINI ENGAGÉ AUX CÔTÉS DES STARTUPS

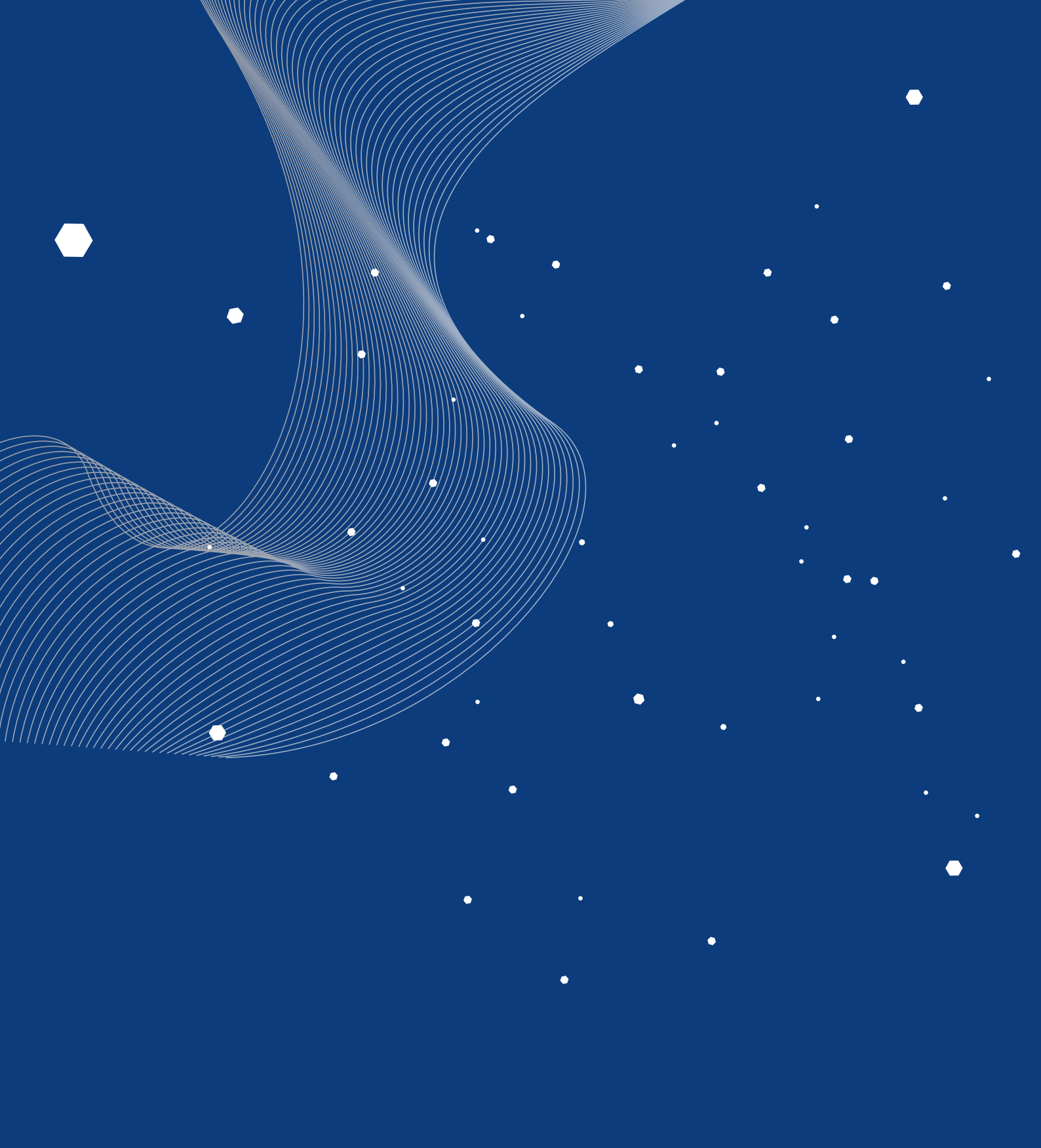
Cette **analyse prospective** co-produite par France AutoTech et Capgemini questionne les principaux défis du secteur automobile, les nouveaux paradigmes et modes de collaboration de ses acteurs, tout en soulignant l'apport structurant des startups françaises dans l'invention des nouvelles mobilités. Les témoignages de décideurs institutionnels, industriels et startupper, dessinent une vision concrète des enjeux de la révolution en cours à la fois technologique, sociétale, environnementale et organisationnelle.

Une révolution que le Global Automotive Council de Capgemini accompagne activement en fédérant un écosystème d'innovation de startups, de pme-pmi innovantes et d'entrepreneurs indépendants. Cette orchestration est essentielle pour conduire avec succès l'intégration de l'innovation appliquée dans les nouvelles chaînes de valeur. C'est le levier pour un passage à l'échelle industrielle dont la rapidité doit

être en phase avec celle du marché. Depuis 18 ans Capgemini explore les nouvelles tendances de comportement d'achat sur le secteur automobile à travers son étude mondiale annuelle **Cars Online**.

A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,8 milliards d'euros en 2017. People matter, results count.

PLUS D'INFORMATIONS SUR
www.capgemini.com/fr-fr



Capgemini 

 FRANCE
AUTOTECH

UNE ANALYSE PROSPECTIVE CO-PRODUITE PAR FRANCE AUTOTECH ET CAPGEMINI