

Bosch France : un plan ambitieux basé sur l'internet des objets...

lundi, 16 mai 2016

Dans le cadre de la présentation des résultats de Bosch France pour 2015, Heiko Carrie, son président, a annoncé un plan ambitieux de 20% de croissance à l'horizon 2020, axé sur l'innovation et notamment la connectivité...



Dans le cadre de sa traditionnelle conférence de presse annuelle, Heiko Carrie, nouveau président de Robert Bosch France depuis le 1^{er} janvier dernier, a dévoilé les résultats pour l'exercice 2015. Le chiffre d'affaires a atteint quasiment 3 mds d'€ en France, soit une hausse de 2,8% par rapport à l'exercice précédent (2,915 mds en 2014).

Principal pilier du chiffre d'affaires de Bosch, le secteur des «*Solutions pour la mobilité*» (c'est plus tendance que «*solutions pour l'automobile*») a significativement participé à ces bonnes performances, en profitant d'un contexte favorable en première monte en 2015 (la plus forte croissance du marché VN depuis 2009) et d'une dynamique certaine en rechange, avec une croissance à deux chiffres. Les volumes de production des sites français ont ainsi battus tous les records, avec des taux de livraison historiques pour les usines de Rodez (Diesel) et de Moulins (freinage) !

Concernant le secteur des biens de consommation, Bosch progresse tout autant sur le secteur de l'outillage grand public (il est le leader sur le marché) que sur celui de l'électroménager, Bosch-Siemens entend introduire dès cette année une gamme d'appareils électroménagers connectés. Autre secteur, celui des «*Techniques pour les énergies et les bâtiments*». Bien que le marché ait accusé une baisse en France l'année dernière, le groupe a pris des parts de marché au travers de ses deux divisions, thermotechnologies et systèmes de sécurité. Le secteur des «*Techniques industrielles*» enfin, est quant à lui en léger repli - la faute à un marché toujours sous pression.

Heiko Carrie a annoncé dans ce cadre la mise en place d'un plan ambitieux, baptisé «Ambition 2020», et qui vise une croissance de 20% à cet horizon. «*Un plan audacieux mais réalisable*, selon les propres mots du président de Robert Bosch France, *qui prendra appui sur nos activités traditionnelles mais aussi désormais sur nos nouvelles activités.*»

Connectivité, sésame des marchés présents et à venir

Au-delà du 'simple' secteur des solutions pour la mobilité, c'est à une véritable «*offensive numérique*» que l'équipementier entend mener. Le constat est sans appel pour le président de Bosch France : «*il y a actuellement dans le monde 6 milliards d'objets connectés ; dès 2020 il y en aura 20 milliards...*» CQFD : quel que soit le domaine d'activité envisagé –automobile bien sûr, mais aussi industrie, bâtiment, électroménager et biens de consommation–, la connectivité sera une incontournable clé d'entrée pour les marchés futurs. A l'horizon 2020, Bosch estime que son CA généré par les objets connectés devrait franchir le seuil du milliard d'€...

Au niveau industriel par exemple, en connectant les process de production, la connectivité pourrait apporter une croissance de productivité estimée à 30% par Heiko Carrie, mais aussi des économies d'énergies de l'ordre du milliard d'€... «*Nous vivons une nouvelle révolution industrielle avec l'émergence de la connectivité*», estime-t-il. Et Bosch, qui maîtrise cette technologie de bout en bout car concevant produits, softs et services associés, a toutes les cartes en main pour s'imposer dans ce domaine.

Ou plutôt ces domaines, car la connectivité s'invite aujourd'hui également à la maison –le groupe a ouvert une filiale dédiée le 1^{er} janvier dernier baptisée Smart Home- et aussi bien sûr dans l'automobile avec en ligne de mire le véhicule autonome... Avec des potentialités commerciales ahurissantes. Au seul périmètre de l'automobile le secteur des capteurs est en plein essor : en 2014 en effet, le nombre de radars vendus par Bosch –soit un million d'unités– a représenté la somme d'unités écoulées entre... 1996 et 2013 ! En 2015, les volumes de production ont représenté le double de l'année précédente et en 2016, ce ne sont pas moins de 6 millions de radars qui devraient être produits !

Pour accompagner cette tendance, Bosch a lancé en fin d'année dernière son propre Cloud, qui sera ouvert dès 2017 à d'autres opérateurs. En parallèle a été créée une nouvelle division baptisée *Bosch Global Service Solution*, en charge d'explorer –et exploiter– de nouveaux services aux utilisateurs de ces solutions connectées.

La France 5^e marché pour le groupe

Heiko Carrie s'est aussi attardé sur le poids de la filiale française dans les résultats du groupe, présent depuis 1899 dans l'Hexagone ! La France représente en effet le 5^e marché pour Bosch, et le groupe est

tout simplement le premier employeur allemand en France avec 7 700 collaborateurs. Il est aussi le premier employeur privé du Luberon à travers l'usine de Rodez (1 700 collaborateurs), fer de lance européen de l'équipementier en matière de technologie Diesel.

Aussi, Bosch investit chaque années en France, et de manière significative : sur la seule année 2015, quelque 68 M€ ont été investis, principalement sur le site de Rodez mais également sur celui de Vendôme. Par ailleurs, en fin d'année dernière a été lancé en un temps record Vision Tech un nouveau site de 30 personnes basé à Sophia Antipolis et spécialisé dans le développement des technologies pour le véhicule autonome.



Le nouveau siège de Bosch France à Saint-Ouen (93) représente à lui seul 16 millions d'euros d'investissements

Sur les six dernières années, Bosch aura ainsi investi en France 400 M€... *«Et les investissements continueront en 2016, poursuit le nouveau président, avec une enveloppe prévue de 60 M€»*, ajoute Heiko Carrie. Le siège de la filiale, à Saint-Ouen, en sera un des bénéficiaires. La construction d'un bâtiment flambant neuf et conçu sur le modèle d'un campus (afin de favoriser les échanges entre les différentes divisions et promouvoir l'innovation), sera opérationnel dès le début d'année 2017. Un investissement de 19 M€...

«La formation des ingénieurs est excellente en France, les coûts y sont compétitifs. Nous avons toutes les cartes pour y développer l'entreprise», conclut le président. L'ambitieux plan de croissance, allié à ces investissements conséquents, devront ainsi permettre à la filiale française de rester dans le peloton de tête des marchés du géant allemand.