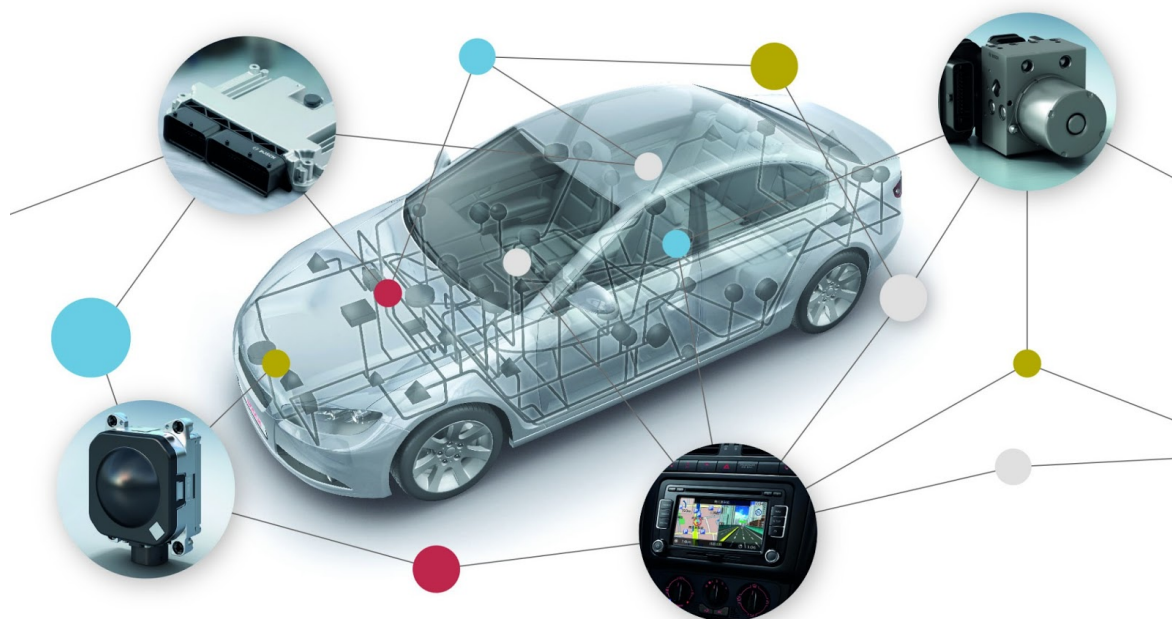


le véhicule connecté, enjeu de l'après-vente de demain

jeudi, 18 décembre 2014

Dévoilée mardi dernier dans le cadre de [Team Auto](#), la vision du géant de l'informatique Microsoft quant à l'impact du véhicule connecté sur le monde de l'après-vente automobile vient confirmer que la grande bataille de l'après-vente va se concentrer autour de la collecte et de l'exploitation des "big data" !



Dans le cadre du Club [Team Auto](#) (association créée en 2003 et regroupant des cadres et managers de la filière automobile), Bernard Ourghanlian, directeur technique et sécurité de Microsoft France, s'est ouvert sur les effets induits en après-vente par la généralisation annoncée du véhicule connecté.

D'emblée, il prédit que l'entrée de l'automobile dans le monde du numérique va nécessiter une remise à plat des business model traditionnels des réseaux commerciaux, a noté notre confrère autoactu.com. Rappelant dans un premier temps que le consommateur-automobiliste est aussi désormais un internaute (60% des décisions d'achat se font avant de pousser la porte d'une concession automobile), il prédit que, d'ici 2020, pas moins de 90% des véhicules seront connectés, contre 20% aujourd'hui ! Et «*dans ce nouveau monde numérique, la donnée est au centre de tout ; celui qui la contrôle, contrôle le business*»...

Premier arrivé, premier servi ?

A ce petit jeu, les constructeurs apparaissent comme titulaires d'une situation enviable : ce sont eux en effet qui équipent les véhicules qu'ils vendent et à ce titre, rien ne leur interdit de l'équiper d'un petit boîtier bavard permettant la collecte et la transmission de données-clés. Ils ont aussi ?et surtout? en main quantité d'informations sur leurs clients dès le début de la relation avec l'automobiliste. Et la connectivité du véhicule fait qu'ils peuvent garder le contact avec lui... pour le faire revenir en temps et en heure à l'atelier ! Car elle ouvre la voie à la maintenance prédictive et personnalisée : rappels d'échéances à venir et autres messages promotionnels pourraient donc, grâce à cette technologie, être mieux ciblés, plus personnalisés et avoir d'autant plus d'impact.

Mais sont-ils aussi bien positionnés que cela dans la course au véhicule connecté ? Pas si sûr si l'on en croit Bernard Ourghanlian : *«Ce nouveau monde numérique réduit considérablement le coût d'entrée sur le marché, offrant l'opportunité à de petits acteurs réactifs de prendre de vitesse les grosses structures en place. Les constructeurs vont donc devoir créer des structures autonomes, en marge de leur organisation traditionnelle.»*

De quoi générer assurément certaines résistances en interne, comme au sein de leur réseau de distribution...

Nécessaire éthique pour un incontournable enjeu

Les assureurs l'ont d'ores et déjà bien compris, initiant de nouvelles formules de couverture sur-mesure baptisées *«pay as you drive»* (payez en fonction de votre conduite). Les garantisateurs, aussi. L'équipementier allemand Bosch propose, au travers de son [application grand public mySpin](#) (Ndir : une plateforme ouverte permettant à tout développeur de proposer à l'utilisateur des applications liées à son véhicule), un interfaçage entre le véhicule et le smartphone ; [le géant Google est de son côté déjà bien implanté dans ce domaine](#) (Google Map, Waze, etc.). Derrière, il y a aussi des pure-players qui vont se spécialiser dans l'exploitation des données. Il y a surtout les réseaux indépendants d'entretien-réparation, qui ne comptent pas se faire évincer par des systèmes qui seraient l'exclusivité des réseaux de marque ou d'assureurs (et qui pourraient par exemple permettre de contourner une certaine législation récente sur le libre choix du réparateur, en incitant l'automobiliste à se rendre dans un point de vente plutôt qu'un autre...). Même les experts commencent à s'emparer du sujet (voir [l'article consacré au congrès annuel de l'ANEA](#)). Bref, une belle foire d'empoigne en perspective !

«Recueillir l'aval du client ne suffit pas, estime aussi le directeur technique et sécurité de Microsoft France. Il faut imposer une éthique dans l'usage des données car, même lorsqu'elles sont anonymes, elles restent potentiellement réidentifiables.» Le véhicule connecté a d'ailleurs été au centre des innovations présentées dans le cadre du dernier salon Automechanika ; il a aussi été le thème développé le 5 décembre dernier [lors du congrès annuel de l'organisation SRA](#). Et il sera à n'en pas douter au cœur des combats de l'après-vente de demain...