



ENQUÊTE télématicque



Pour Ocean, le télématicien fait bien plus que de collecter des données, il leur apporte de la valeur.

TÉLÉMATIQUE

De la donnée brute à l'analyse fine

En matière de télématicque embarquée, sans données, point de salut. Des données jusque-là farouchement gardées par des constructeurs. Mais sur un marché où tout est encore permis, chaque partie s'organise, les partenariats entre constructeurs et télématiciens deviennent légion et les offres pléthoriques.

Faire remonter les données, c'est bien. Les analyser, c'est encore mieux. En tirer des conclusions pour mettre des plans d'action en place, c'est le Graal. Tels sont les enjeux partagés par tous les acteurs engouffrés dans la brèche de la télématicque embarquée, qu'il s'agisse des télématiciens eux-mêmes ou bien des constructeurs. C'est donc en matière d'offres que chaque acteur va se différencier de ses homologues. Des offres basées sur le même type de bouquets de services. À quelques subtilités près : certains vont s'attaquer davantage à la compression du TCO, tandis que d'autres vont préférer s'attarder sur les spécificités métiers ou encore sur la baisse du coût de la mobilité.

Aucun acteur ne s'interdisant, bien sûr, de collecter, puis d'analyser toutes les données possibles sur un véhicule.

PLUSIEURS OFFRES, BEAUCOUP DE POINTS COMMUNS

Ainsi, si nous devons, grossièrement, ranger les acteurs de la télématicque dans des cases, nous dirions que Kuantic-Axodel et Optimum Automotive Group ont choisi de concentrer leurs solutions de télématicque vers un même objectif : la gestion du TCO. « Pour nous, le véhicule est un alibi. En réalité, nous rassemblons un ensemble de données gérées par notre outil Axofleet, avec différentes gestions possibles à la fois pour l'administrateur, le gestionnaire de parc, mais aussi le conducteur... Notre mot

d'ordre est l'optimisation du TCO », insiste Samuel Vals, directeur général d'Axodel.

De leur côté, Suivideflotte.net et Ocean auront tendance à s'adresser davantage aux directions métiers, comme le précise Julien Rousseau, directeur général de Suivideflotte.net : « Nous avons trois offres qui correspondent aux besoins spécifiques des clients. Mais l'offre "Intégral", qui rassemble 80 % de nos clients, consiste en un boîtier et un accès à notre portail avec des rapports métiers, une alerte entretien, vol, gestion de points d'intérêt... »

TomTom Telematics et Verizon Connect (plus connu jusqu'alors sous le nom de Fleetmatics) arboreront plus facilement l'étiquette de hérauts des coûts de mobilité grâce à leurs solutions particulièrement



centrées sur le conducteur. « Notre offre consiste en un outil de géolocalisation et de management qui est centré sur la gestion des équipes sur le terrain pour les aider à optimiser leur travail. Donc la vraie spécificité de notre produit, c'est d'analyser les données par conducteur et pas seulement par véhicule. Cela permet de cibler les actions par personne, car le comportement routier a une vraie incidence sur l'économie faite sur les véhicules », explique Amandine Christolhomme, responsable marketing France chez Verizon Connect.

Enfin, PSA et Renault, qui s'appuient également sur les offres des providers cités précédemment, proposent un ensemble de services allant de la simple gestion de flotte (heures d'utilisation des véhicules, maintenance, remplissage de carburant, etc.), à des offres plus complexes (géolocalisation, comportement routier) et qui mènent à d'autres services comme l'optimisation des tournées.

LE BON ROI DE LA TÉLÉMATIQUE

Des services qui, bien sûr, ont un prix. Si le coût d'une solution de télématique embarquée peut varier en fonction de celle choisie et du nombre de véhicules en parc, en moyenne, les prix oscillent entre 9,90 euros et une vingtaine d'euros, par mois et par véhicule. Une somme qui peut paraître dérisoire au regard de la promesse de retour sur investissement faite par les télématiciens. Pour Franck Gaultier, directeur marketing d'Optimum Automotive Group : « Sur notre offre modulable Mapping Control, ouvertement orientée vers la compression du TCO, nos clients ré-

alisent en moyenne 150 euros d'économie par mois et par véhicule. »

Même son de cloche chez TomTom Telematics, qui n'hésite pas à mettre en avant les bons résultats constatés sur les flottes grâce à sa solution de télématique et à sa plateforme Webfleet, dont l'objectif est de diminuer le coût des flottes mais aussi celui de la mobilité. « La Régie départementale des transports de l'Ain (RDTA) a ainsi économisé, grâce à notre solution d'écoconduite, 50 000 euros de carburant la première année, sur une flotte de 369 véhicules. La société Kleinmann a, quant à elle, économisé 10 000 euros de frais de carburant la première année et a réduit de 35 % le nombre d'événements de conduite », s'enorgueillit Cécile Cadoux, responsable marketing et communication France de TomTom Telematics.

DU KILOMÉTRAGE PARCOURU AU CAR SHARING

Le but ultime de ces offres, bien sûr : répondre aux objectifs et aux besoins spécifiques de chaque entreprise. Mais là encore, avec des socles communs. Certes, il y a autant de demandes différentes qu'il y a de clients. Mais tous n'ont qu'un dessein : faire baisser le coût de cette flotte responsable du deuxième poste de dépense d'une entreprise. Et cette baisse commence par la collecte de quelques données primordiales : celles qui émanent du tableau de bord. Kilométrage, consommation de carburant, alertes de maintenance pour mieux anticiper les réparations...

Finalement, pour Olivier Emsalem, responsable des solutions de mobilité



L'offre modulable Mapping Control, d'Optimum Automotive Group, permettrait une économie moyenne de 150 euros par mois et par véhicule.

Free2Move (PSA), « les grands comptes sont surtout focalisés sur les données liées à la loi de roulage, au bon kilométrage, à la maintenance, mais aussi sur celles qui permettent de faire des challenges d'écoconduite pour la RSE par exemple... Les petites entreprises vont, quant à elles, avoir besoin d'améliorer davantage la qualité de service pour leurs clients, donc elles vont plus partir sur de la géolocalisation ». Une géolocalisation qui permet d'offrir aux entreprises une gestion taillée sur mesure, pour chaque besoin métier.

De fait, si d'aucuns considèrent que la géolocalisation permet de pousser loin la notion de télématique embarquée, elle fait désormais partie des besoins évoqués par les gestionnaires de flotte. Et pour cause : « Aujourd'hui, la géolocalisation est devenue le socle de base car l'une des premières choses demandées par les flottes, ce sont les rapports métiers. Or, la géolocalisation permet de retracer très finement l'activité



Avec plus de 18 ans de feedback de clients, TomTom Telematics a repensé son portail Webfleet pour le rendre plus simple, plus intuitif.

du véhicule et d'en tirer des enseignements selon son secteur d'activité. Par exemple, ce qui va intéresser une société de BTP, c'est le temps passé sur un chantier pour voir si cela est raccord ou pas avec la proposition client. Du coup, 95 % de nos clients nous demandent des rapports métiers », explique Julien Rousseau. De fait si, il y a encore peu, la géolocalisation était perçue comme du flicage, elle fait aujourd'hui partie intégrante du pilotage d'une société.

Mais le principal constat réalisé par tous les acteurs de la télématique, c'est que le conducteur, de plus en plus, devient

partie prenante de la gestion de flotte et, par extension, de son TCO. Les télématiciens l'ont bien compris, au point de tous proposer désormais de se pencher sur le cas du conducteur. Pour Cécile Cadoux, en effet, « il est acquis que 30 % du coût d'un véhicule de flotte est conditionné par le style de conduite du conducteur ». Freinages trop brusques, accélérations inopinées, manque d'anticipation dans les virages, les - mauvaises - habitudes de conduite pèsent lourd dans la balance, entraînant, dans le meilleur des cas, une surconsommation de carburant et une usure prématurée du véhicule et, dans le pire des cas, des accidents plus ou moins graves.

« Les attitudes de conduite demandent de plus en plus à être observées et pas uniquement dans le seul but de réaliser des économies, mais aussi pour garantir la sécurité des conducteurs », estime Julien Rousseau, dont la société vient de commercialiser l'outil Optidriving. L'idée : donner une note sur la conduite de la personne, en décortiquant toutes ses attitudes au volant selon qu'elle conduit en ville, sur voie rapide, etc. Au final, l'outil délivre un bilan conseil permettant au gestionnaire de donner des recommandations au conducteur afin d'améliorer sa conduite.

Prochaine étape impliquant à la fois conducteur et optimisation de la flotte : la mise en place de solutions de car sharing. « Nous avons lancé une offre d'autopartage l'an dernier avec ouverture des véhicules par badge ou par smartphone. Il y a une vraie demande sur le sujet. D'ailleurs, en Europe, aujourd'hui, 400 entreprises utilisent cette solution, d'après nos prospectives, en 2020, il y en aura 4 000 ! Mais pour le moment, ce sont surtout les grandes entreprises qui digitalisent leurs véhicules de pool pour mettre cette solution en place », explique Olivier Emsalem.

LES TÉLÉMATIENS, SIMPLES COLLECTEURS DE DONNÉES ?

Bref, en matière de télématique, chaque acteur prêche, évidemment, pour sa paroisse et vante les mérites de sa propre solution. Pourtant, force est de reconnaître que sur le marché de la télématique, rien ne peut se faire sans le bon vouloir des uns (les constructeurs) et la virtuosité des autres (les télématiciens). En d'autres termes, sans les données des véhicules, il serait impossible de proposer une analyse fine d'une flotte, permettant à ce point de faciliter la vie du gestionnaire.



Une subtilité qui n'a pas échappé aux constructeurs, prompts à commercialiser leurs services de télématique embarquée. De fait, les boîtiers intégrés en première monte tendent à se développer sur les véhicules de flotte. Ne serait-ce qu'avec la démocratisation de l'eCall. Certes, cela ne veut pas dire pour autant que toutes les voitures seront désormais capables de transférer toutes les informations permettant la gestion de flotte. En effet, pour Samuel Vals, « un véhicule doté de l'eCall ne veut pas forcément dire que le dispositif sera capable de faire ce que l'on demande pour alimenter nos outils à nous, car en fonction des constructeurs, cela ne sera pas du tout compatible avec une utilisation B-to-B de gestion du TCO et de la flotte ».

Pour autant, en intégrant leurs boîtiers en première monte et en développant leurs propres services de télématique, à l'instar de Free2Move pour PSA ou de Renault Easy Connect for Fleet, les constructeurs ne cherchent-ils pas à se substituer aux télématiciens qui, eux, se verront alors être cantonnés à un rôle de « collecteurs de données » ? Non, répondent à l'unisson nos interlocuteurs. Pourquoi ? Simple-ment parce que le rôle du télématicien, en réalité, n'est pas de collecter des données, mais plutôt de les analyser et de les restituer le plus simplement du monde. En gros, de transformer les big data en smart data. Et la tâche est ardue. Et pour cause : un acteur comme Verizon Connect enregistre, chaque jour, 85 millions de données

de véhicules. Une somme d'informations colossale qui ne vaut rien, si elle n'est pas triée, étudiée, analysée...

TRANSFORMATEURS DE BIG DATA

« Nous avons toujours été des collecteurs de données, mais notre métier va bien au-delà, explique Olivier Picard, directeur général d'Ocean. La télématique, ce n'est pas juste un boîtier dans un véhicule, c'est comme si vous disiez à IBM qu'il est simplement un installateur d'ordinateurs ! Notre métier consiste, certes, à collecter des données, mais surtout à apporter de la valeur à ces données, à donner des indicateurs métiers à nos clients. Et tout cela nécessite de collecter, de traduire et de rendre les informations aux clients sur une plateforme en lien avec leur métier. »

Mieux, pour Pascal Six, responsable des partenariats constructeurs français chez Verizon Connect, ce sont finalement les constructeurs eux-mêmes, qui sont les collecteurs de données : « Ce qu'il faut retenir, c'est que le constructeur a la responsabilité de fournir un véhicule équipé qui envoie des données fiables à son serveur informatique. L'objectif, c'est que ces données soient accessibles aux télématiciens, dans le but de faciliter la vie des clients. C'est le constructeur finalement qui fait la collecte de données et nous les restituons... donc, nous sommes plus des analystes, des facilitateurs de la gestion de parc. »

Car les constructeurs ne s'y trompent pas : pour gagner la confiance d'un

maximum de clients B-to-B, rien de sert de rester dans son pré carré. Imaginer une société qui aurait autant de plateformes de gestion qu'elle a de marques dans sa flotte automobile ? Impossible, ou alors, autant continuer de gérer son parc sous Excel ! De fait, les constructeurs, certes, sont de plus en plus nombreux à intégrer des boîtiers en première monte. L'analyse des données et leur restitution sur les plateformes adéquates, elles, sont encore le travail des télématiciens.

Mais ne nous y trompons pas, chacune des data brutes émanant du véhicule est vendue, par le constructeur, au télématicien. Un prix de vente farouchement gardé secret par tous les acteurs de la télématique. Quant à savoir si, à terme, les constructeurs s'affranchiront du savoir-faire des télématiciens, rien n'est moins sûr. Beaucoup proposent déjà leur propre solution, à l'instar de Renault : « Hors télématiciens, nous sommes capables de proposer une offre via RCi Bank. C'est du fleet asset management qui est une solution interne, mais elle est différente de l'offre avec les télématiciens, c'est-à-dire que RCi dispose également des informations financières sur les contrats de location. Nous pouvons donc combiner les deux. Nous pourrions, bien sûr, imaginer à terme une plateforme qui nous est propre, mais avec les données des autres constructeurs...mais ceci est loin d'être à l'état de projet », conclut Sylvain Coïc, en charge des services connectés pour les professionnels chez Renault. **AD**