

L'esprit de conquête est fondamental dans l'ambiance d'une entreprise. Xavier FONTANET		
<b>Xavier FONTANET</b>	<b>COURS DE STRATEGIE</b>	version : 1 date : 4/2019 page : 1 / 1 auteur : gg
<b>BFM TV</b>	<b>Histoire de l'automobile</b>	<b>Cours 31</b>

Par Mr Antoine GOUREVITCH Directeur associé sénior au BCG

## Histoire de l'automobile : Stratégie vs sens du timing

### (1 mn) Comme au début de l'automobile, il y a 120 ans...

Nous sommes devant un grand choix de technologies :

Le thermique, le tout électrique, l'hydrogène : qui va l'emporter ?

Avec le digital, la relation client sera-t-elle directe entre le constructeur et le consommateur ?

Tout le monde voit bien le futur, mais personne ne connaît le bon moment pour investir où !

Il y a 120 ans, on se posait la question : essence, diesel ou électrique.

La moitié des voitures étaient électriques. Ford (Ford T) a fait basculer vers le moteur à essence.

### (4 mn) L'âge adulte : industrialisation et concentration Innovation = Management

1908 Ford choisi le moteur à essence pour sa Ford T. Toutes les marques adoptent l'essence.

1923 Alfred SLOAN, PDG de General Motors, organise la montée en gamme du client

1954 Renault réduit le délai de livraison avec la 4 cv, alors que Citroën organise la rareté.

Le renouveau : produits anti-crise

1970 Toyota invente la démarche qualité et l'excellence des processus (Total Quality Control)

1974 Audi décide de fabriquer les voitures les plus fiables au monde, ce qu'elles sont encore.

### (5 mn) Croissance : de la triade aux BRICs

Le marché a peu bougé en France, mais est passé dans le monde de 40 Millions de voitures en 1970, à 60 en 2000 puis 95 en 2020. Le premier marché au monde est devenu celui des BRICs

(Brésil, Russie, Inde, Chine). Ce qui entraîne des consolidations pour devenir mondial.

1999 Alliance Renault-Nissan Effet de taille et technologie

2017 L'alliance est N° 1 mondial, ce qui permet d'investir dans toutes les technologies.

### (7 mn) Changement de consommation : Trading up-Trading down

Le consommateur n'évolue plus en montant en gamme. Il peut acheter en même temps :

Mini Petite voiture, chère, car très équipée

Dacia 40 % de la gamme entrée. Renault est le seul à maîtriser le bas coût d'entrée de gamme.

### (9 mn) Du produit aux services : Quel timing pour la voiture autonome ?

1997 Ford annonce qu'il sera le 1<sup>er</sup> constructeur tous services, tous canaux (mobilité, internet)

2000 GM est parti tôt avec la voiture connectée (On star) et a le plus d'expérience

2003 Tesla attaque la voiture électrique par le haut de gamme, Renault (Zoé) par le bas.

2010 Tout le monde se met à l'électrique, alors que les usines fabriquent des moteurs thermiques !

### (11 mn) Les défis stratégiques 2020-2030

La mobilité : Les constructeurs vont-ils vendre des voitures, ou de la mobilité (Uber, Waymo...)

La voiture connectée : Se transformer en entreprise focalisée client, au lieu de concessionnaire

Data driven company : Devenir une société totalement pilotée par la donnée.

L'émergence de l'électrique permet d'imaginer de nouveaux acteurs qui rebattront les cartes.

Pour écouter ce cours aller sur le site <https://strathena.fr/>

Ou <https://bfmbusiness.bfmtv.com/>

Replay

BFM Stratégie