



GUIDE

Télématique embarquée

De la niche au déploiement en masse

La télématique embarquée connaît de profonds changements. Avec l'arrivée de l'eCall et l'obligation d'équiper les véhicules de boîtiers communicants en première monte, le marché va vivre un véritable bouleversement et attire déjà de nouveaux entrants aux premiers rangs desquels figurent les constructeurs automobiles et les loueurs longue durée.

Jamais le marché de la télématique n'avait été aussi proche de l'explosion. Depuis vingt ans, les prestataires spécialisés annonçaient la généralisation de leurs technologies à court terme sans que leurs prévisions ne se réalisent. Il aura fallu attendre l'arrivée de l'eCall et de nouveaux acteurs -constructeurs et loueurs longue



@watcharakun-shutterstock.com



durée – pour voir le taux d'équipement s'envoler.

Dès 2018, l'eCall sera obligatoire sur tous les véhicules neufs. Cet appel d'urgence géolocalisé va obliger les constructeurs à installer un boîtier communicant sur chacun de leurs VP et VUL. À partir de cet équipement et parallèlement à l'appel d'urgence géolocalisé, d'autres services peuvent être proposés en option aux conducteurs et aux entreprises.

La télématique en retard en France

La gestion de la flotte en temps réel et à distance s'appuie sur un équipement déjà présent sur le véhicule et déjà amorti et, dès lors, peut être commercialisée à des prix encore plus compétitifs. Autre tendance, le nombre de boîtiers fabriqués va s'envoler et, avec l'industrialisation des processus, les coûts vont reculer et contribuer à la démocratisation de la télématique. Cependant, malgré ces signes encourageants, la télématique tarde encore à s'imposer.

D'après une étude réalisée par l'OVE (Observatoire du véhicule d'entreprise, Arval, BNP Paribas) en 2016, seules 23 % des entreprises françaises ont déployé la télématique, contre 33 % en moyenne pour leurs homologues européennes.

Le think tank du groupe BNP Paribas a interrogé les entreprises sur les raisons pour lesquelles elles se sont équipées. La réduction des consommations de carburant constitue leur première motivation, juste

devant la baisse des coûts de maintenance et l'amélioration de la sécurité. En 2013, les sociétés sondées par l'OVE s'équipaient principalement pour localiser les véhicules et suivre leurs trajets. Les pratiques ont bel et bien évolué : il ne s'agit plus de surveiller les véhicules et conducteurs, mais d'optimiser sa flotte pour diminuer les coûts et renforcer la sécurité des conducteurs. De son côté, Fleetmatics a mené une étude pour mesurer les

bénéfices obtenus grâce à ses services. Début 2016, plus de 120 de ses clients français ont été interrogés par TechValidate, un organisme de recherche indépendant.

Pour 59 % des sociétés du panel, l'équipement en télématique a été motivé par la baisse des coûts. 68 % d'entre elles ont enregistré un retour sur investissement positif. Autre résultat, la moitié ont choisi la télématique pour renforcer la sécurité de leurs salariés et de leurs véhicules, et 55 % ont effectivement constaté une amélioration sur ce point.

TÉLÉMATIQUE : LA CROISSANCE AU RENDEZ-VOUS EN EUROPE

Seule étude indépendante sur le marché européen de la télématique, celle de Berg Insight été présentée en août dernier. Excluant les VP, elle évalue à 5,3 millions le nombre de VUL, poids lourds, autobus et autocars équipés. Ce volume devrait croître de 14,9 % chaque année pour atteindre 10,6 millions en 2020.

Les dix premiers fournisseurs ont dépassé le cap des

100 000 véhicules équipés. Selon le cabinet d'étude, TomTom Telematics occupe la première place avec 529 000 unités fin 2015. Masternaut suit avec 350 000 véhicules à la même échéance. En troisième position, Microlise totalise 175 000 unités. Parmi les poursuivants réunissant plus de 100 000 véhicules équipés figurent Trakm8, Abax, Teletrac Navman, Transics, Trimble et Ocean.

2 milliards d'euros d'économie de carburant

Au quotidien, 54 % des entreprises se servent de la géolocalisation pour optimiser les itinéraires en suivant en direct la position des véhicules sur la carte et 44 % pour améliorer le service client. Elles sont 40 % à recourir aux rapports d'activité pour approfondir leur connaissance sur l'activité des véhicules et des collabo-



rateurs. Enfin, les entreprises s'équipent pour améliorer le service client (49 %) et restreindre leurs frais de maintenance et de carburant (49 %). À la tête de 550 000 véhicules équipés à travers le monde, MiX Telematics s'est livré à un calcul éloquent quant à l'ampleur des économies obtenues grâce aux systèmes de télématique. Selon ce prestataire spécialisé, équiper toutes les flottes françaises amènerait à économiser plus de 1,8 milliard de litres de carburant, soit 2 milliards d'euros chaque année. Massif, ce gain ne s'applique qu'aux camions, VUL, bus et cars. Si l'étude intégrait les véhicules particuliers, le résultat serait encore plus impressionnant.

Au-delà des économies de carburant et de temps, la télématique contribue à limiter les frais de réparation grâce aux informations obtenues en temps réel sur le fonctionnement du moteur, les niveaux de fluide, le style de la conduite, etc.

De plus, elle alerte le gestionnaire de flotte sur les dates des révisions périodiques. Entretien en temps et en heure, le vé-

hicule risque moins de tomber en panne et l'entreprise voit ses coûts de maintenance partir à la baisse. En bon état de marche, le véhicule se fait plus sûr et les accidents évités diminuent de fait les frais de réparation et d'assurance. Bref, le succès de la télématique s'appuie sur un ROI prometteur.

Une arme contre les bouchons

TomTom Telematics a pour sa part publié un index de trafic qui analyse les embouteillages dans 300 villes à travers le monde dont dix en France. D'après le prestataire, à Marseille, Paris, Lyon et Lille, les bouchons peuvent faire perdre jusqu'à 40 minutes et 6,45 euros par jour pour chaque véhicule en circulation. « Grâce à des itinéraires plus intelligents et à une planification des missions, la télématique peut optimiser les flux de trafic », estime Taco van der Leij, vice-président marketing de TomTom Telematics.

Sur ce marché porteur de la télématique, l'heure est à la concentration. « Neuf regroupement



@Mmaxer-shutterstock.com

pements et rachats importants ont eu lieu au cours des trois derniers trimestres », constate Johan Fagerberg, consultant pour le cabinet d'études Berg Insight (voir aussi l'encadré page 64).

Ainsi, TomTom Telematics a racheté le polonais Finder (60 000 véhicules équipés). Verizon a créé un ensemble élargi en signant un accord de partenariat avec Telogis et en reprenant Fleetmatics contre

un chèque de 2,4 milliards de dollars, devenant le premier acteur mondial. Et selon Johan Fagerberg, ce phénomène de concentration n'est pas terminé et devrait se poursuivre en 2017. En France, Orange a pris le contrôle d'Ocean en avril 2015. L'ensemble revendique 110 000 véhicules et objets mobiles équipés. Aujourd'hui, les clients de l'opérateur migrent sur la plate-forme d'Ocean, marque qui coiffe toutes les

solutions commercialisées par l'entité.

L'année précédente, en 2014, le groupe Abcom avait pris le contrôle de Sedimap, S@mobility, Car Telematics et ITC, et opère désormais sous le nom de Locster.

Un marché particulièrement prometteur

Promise à un bel avenir, la télématique attise les convoitises. Masternaut estime qu'en France, seuls 600 000 véhicules d'entreprise sont équipés sur une flotte globale de 8 à 9 millions. « La marge de progression est très importante, souligne Serge Lardy, directeur commercial et marketing de Masternaut pour la France et le Sud de l'Europe. Nous devrions passer d'un taux d'équipement de 4 à 6 % à 30 ou 40 %, et ce entre autres grâce à l'eCall. »

Selon un autre prestataire, le taux d'équipement s'élève à seulement 15 % en France contre 30 % au Royaume-Uni alors que la France constituerait le premier marché européen du véhicule d'entreprise.

En passe de devenir un marché de masse, la télématique devrait



se concentrer dans les mains d'une poignée d'acteurs. Pour gérer des flottes multimarques, les entreprises doivent en effet faire appel à des prestataires indépendants des constructeurs. Or peu d'intervenants ont la capacité de nouer des accords avec plusieurs constructeurs.

« Pour survivre, les prestataires indépendants devront avoir franchi un seuil et disposer d'une taille suffisante pour traiter des phénomènes toujours plus complexes », anticipe Marc Verdet, président de Fleet Technology.

La télématique s'inscrit dans une tendance plus large qui conduit à la généralisation de la voiture connectée. Tous les constructeurs travaillent à l'avènement de cette automobile communicante. D'après l'Idate, 420 millions de voitures connectées rouleront à travers le monde en 2020. Le taux de croissance annuel atteint 34 % selon le cabinet qui estimait la flotte connectée à 74 millions d'unités en 2014.



©Bennian - shutterstock.com

Alors que les prestataires spécialisés ont conquis des parts de marché importantes et se renforcent à travers des opérations de croissance externe, d'autres acteurs investissent ce marché. C'est le cas des constructeurs. Fin 2014, Renault a lancé une offre baptisée Pro+Board à un tarif très compétitif : le loyer hors boîtier s'élève à 8 euros

par mois et par véhicule. Mais le Groupe PSA a dégainé le premier : la commercialisation de ses solutions remonte au premier semestre 2014. Le constructeur se montre offensif. Fin septembre, dans le cadre de la création de Free2Move, sa marque dédiée aux services de mobilité, PSA a annoncé vouloir développer l'autopar-

tage et la télématique pour la clientèle des entreprises. Le groupe a signé des accords de partenariat avec TomTom Telematics, Ocean, Masternaut et PSA Banque France, et fédère son offre au sein du programme Connect Fleet Management.

Les constructeurs en embuscade

Mais l'arrivée des constructeurs n'inquiète pas les prestataires historiques. « Les constructeurs éprouvent des difficultés à vendre les solutions de télématique et à les gérer, explique Marc Verdet. Ils veulent conserver la propriété des informations et les monnayer sans avoir à assumer le service. »

Dans ces conditions, les spécialistes de la télématique ont une carte à jouer en s'associant aux constructeurs pour proposer et gérer les services de télématique à leur place, tout en utilisant les données collectées sur les véhicules. Les constructeurs vendent la « data » aux prestataires spécialisés et chaque



demande d'information via le système produit un revenu pour le constructeur.

À l'image des constructeurs, les loueurs longue durée accélèrent sur ce dossier. Arval déploie sa solution Active Link depuis juin 2015 et table sur l'équipement de l'ensemble de sa flotte d'ici à 2020. Pour atteindre cet objectif, la filiale de BNP Paribas mise sur un tarif très bas, soit 3 euros par mois pour la solution principale et 2 euros pour chacune des trois options complémentaires.

Les loueurs se mettent à la télématique

En novembre dernier, Arval a signé un accord avec le Groupe PSA. Avec cette collaboration, Arval commercialise une option baptisée Arval Active Access sur les véhicules compatibles des marques Peugeot, Citroën et DS. Avec cette fonctionnalité, les consommations sont mesurées au trajet près, la lutte contre la fraude au carburant est facilitée les alertes de maintenance et de défaillance sont reçues en temps réel.

De son côté, LeasePlan France

équipe tous les véhicules mis à la route depuis octobre 2015 et vise l'équipement de l'ensemble de sa flotte à court terme. Enfin, ALD Automotive affirme investir massivement dans le développement des outils informatiques. « La télématique va contribuer à améliorer la qualité de notre service par l'obtention et l'analyse de nombreuses informations sur l'état du véhicule et la conduite », avance Pascal Serres, directeur général délégué.

De nouveaux entrants sur le marché

Dernier loueur en date à avoir déployé sa solution, Alphabet s'est associé à Ocean. Aujourd'hui, cette offre existe sur les modèles Peugeot, Citroën et DS, mais les véhicules éligibles devraient s'élargir dans les prochains mois. « Avec l'obligation d'équiper tous les véhicules de la fonction eCall, tous les véhicules neufs seront de fait prééquipés de boîtiers dès 2018 et la prestation pourra alors être déployée sur l'ensemble des marques du marché », précise Alphabet.



Face à l'arrivée de ces acteurs, les prestataires spécialisés enrichissent et repositionnent leurs offres. Ainsi, TomTom Telematics propose un terminal sous le nom de TomTom Pro 2020. Cet équipement rassemble quatre fonctionnalités essentielles : identification du conducteur avec avertisseur sonore, registre

consignant le kilométrage réalisé à titre professionnel et privé, système d'enregistrement des temps de travail et OptiDrive 360, application qui offre aux conducteurs d'adopter une conduite plus économique et plus écologique.

Numéro 2 sur le sol européen, Masternaut était présent lors

du salon Pollutec à Lyon du 29 novembre au 2 décembre. Ses équipements et applications étaient exposés aux côtés de ceux de Sygic Business Solutions. Masternaut et Sygic se sont associés pour offrir la création de trajets préprogrammés avec des instructions audios personnalisées envoyées dans le véhicule. Les entreprises peuvent prévoir les trajets à l'avance, aider les conducteurs dans leurs missions ou encore comparer les trajets prévus avec les trajets réellement réalisés. Le nombre de kilomètres se réduit, les détours superflus sont éliminés et l'empreinte carbone recule.



©Tixxi - shutterstock.com

Des solutions toujours plus enrichies

Autre nouveauté, Ocean a lancé O-Direct en novembre dernier. Aboutissement d'un premier accord de partenariat avec le Groupe PSA signé en avril 2014,



cette solution se concentre sur les véhicules Peugeot, Citroën et DS, et s'interface avec le serveur et les applications d'Ocean. La filiale d'Orange a également développé une solution d'auto-partage pour à la fois réduire la taille de sa flotte et les coûts d'entretien – tout en encourageant l'éco-conduite.

Mapping Control revendique plus de 2000 clients et 60 000 véhicules équipés. Le prestataire a lancé en octobre dernier le module Fuel Control. Ce dispositif alerte le gestionnaire de toute variation anormale du niveau de carburant et ce notamment en cas de siphonage du réservoir.

Plus de concurrence, plus d'innovation

Fuel Control s'appuie sur une technologie à ultrasons qui préserve l'intégrité du réservoir avec une installation sans perçage. Lors d'une baisse soudaine du niveau de carburant

de plus de 10mm en deux minutes, le vol est manifeste et la sonde, par le biais du boîtier embarqué, déclenche une alerte SMS. Une sirène antivol existe en option pour dissuader les voleurs. Au-delà de la protection contre le vol, Fuel Control permet de suivre la consommation de carburant de tous les véhicules équipés. Lauréat

du programme national Pass French Tech et déjà implanté au Maroc, Mapping Control a ouvert des bureaux à Abidjan en Côte-d'Ivoire fin 2016. D'autres pays devraient suivre dont la Pologne, le Mexique et les États-Unis.

Start-up lilloise spécialisée dans l'automobile connectée et filiale d'Eliocity, elle-même

entité du groupe VIA-ID, Xee a lancé en septembre sa solution de gestion de flotte baptisée XeeFleet. Elle s'appuie sur le boîtier télématique XeeConnect pour collecter en temps réel les données issues des différents capteurs implantés dans les véhicules. Ainsi, l'entreprise accède aux données de consommation, de kilométrages et de tension de la batterie, peut visualiser si le véhicule est à l'arrêt ou en mouvement, suit les trajets, géolocalise en temps réel, calcule le taux d'utilisation, etc. Particulièrement agressive en matière de tarification, Xee commercialise XeeFleet à partir de 3,90 euros par mois et par véhicule.

Sur fond d'industrialisation et de massification du marché, la bataille autour de la télématique se durcit, au bénéfice des entreprises qui peuvent faire jouer la concurrence pour obtenir des prix toujours plus bas.

Éric Gibory



©Syda Productions - Shutterstock.com



L'ASSURANCE SE CONNECTE

Selon une étude européenne de Deloitte, le marché de l'assurance automobile connectée devrait peser 15 milliards d'euros en 2020, soit une part de marché de 17%.

Grâce à la télématique, les assureurs commercialisent des contrats en fonction des conditions de conduite. Horaires, kilomètres parcourus et style de conduite sont analysés à partir des informations obtenues grâce à la télématique. Les conducteurs les plus prudents et aux parcours limités bénéficient donc de tarifs plus bas que leurs homologues adoptant des comportements accidentogènes.

Selon Deloitte, cette assurance connectée a de beaux jours devant elle. Réalisée auprès de 1 500 consommateurs dans onze pays, son enquête montre que « les assurés européens sont prêts pour une offre d'assurance où les assureurs ne seraient plus uniquement des porteurs de risques. »

En France, la volonté de changer d'assureur s'est accrue par rapport à 2015. Facilitant la résiliation des contrats, la loi Hamon n'a pas encore produit tous ses effets.



Mais la baisse de la rentabilité du marché de l'assurance devrait déclencher une hausse des prix, avec pour corollaire une accélération de la transition (voir aussi l'article page 34). Cela étant, les consommateurs français accordent une forte valeur à leurs données de conduite et sont encore peu enclins à les partager malgré le lancement des premières offres télématiques.

L'Italie en pointe

Pour Deloitte, à travers l'Europe, l'Italie, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Espagne sont les pays où le potentiel de l'assurance connectée reste le plus important.

Avec 27% de part de marché en 2020, l'Italie demeure de loin le marché le plus prometteur. Les polices d'assurance télématiques y représentent déjà 15% du marché et les consommateurs italiens se montrent les moins réticents des Européens à l'idée de partager leurs données.

Le prix constitue le principal argument de vente des assurances télématiques. « Au-delà du prix, note Deloitte, il est important pour les assureurs d'aligner des produits d'assurance automobile connectée embarquant des services personnalisés à forte valeur ajoutée et perçue comme telle par le client. »

Plus de la moitié des personnes interrogées à travers l'Europe répondent qu'elles sont prêtes à partager leurs données pour bénéficier d'au moins l'un des quatre services suivants : une assistance dépannage gratuite, une assistance automatique en cas d'urgence, la notification du vol et la récupération du véhicule, et des services gratuits pour la vidange de la voiture à partir d'un certain nombre de points récoltés grâce à une bonne conduite.



Retour d'expérience

Clément Lagarde, responsable d'exploitation, Tag Logistik

“Des conducteurs plus responsables”

Spécialiste du transport à la demande, Tag Logistik a déployé la télématique pour responsabiliser les conducteurs de ses 70 véhicules et réduire sa consommation de carburant.

Le choix d'un prestataire n'est pas inscrit dans le marbre. Alors que Tag Logistik utilisait depuis plusieurs années une solution de télématique, le transporteur vient de changer de système. Désormais, sa flotte de 70 véhicules est pilotée à travers la solution Fleetmatics Reveal par ses cinq responsables d'exploitation.

Premier bénéfice : grâce à une simple surveillance de la conduite de ses chauffeurs, le transporteur a diminué sa consommation de carburant, soit une économie globale de 25 à 30% sur ce poste de dépenses.

Mais l'amélioration du comportement des conducteurs n'était pas la seule motivation de Tak Logistik qui souhaitait augmenter sa productivité. « L'optimisation des tournées et le suivi du comportement de nos chauffeurs sont primordiaux, explique Clément Lagarde. C'est d'autant plus vrai à l'approche des fêtes de fin d'année qui provoque un pic de notre activité. »

Pour réaliser un maximum de livraisons par jour, certains conducteurs prennent des risques



dont les conséquences peuvent être très lourdes. Ces pratiques pèsent sur la sinistralité, le volume de PV, l'usure prématurée des véhicules, sur les coûts de maintenance, etc. Obtenir les données de conduite responsabilise les conducteurs et baisse les coûts.

Aujourd'hui, avec la solution, les exploitants peuvent créer des tableaux de bord personnalisés et suivre au quotidien l'activité des véhicules. « Nous apprécions particulièrement les systèmes d'alerte qui permettent d'intervenir très rapidement et ce pour mieux servir nos clients comme pour mieux diriger nos équipes, se félicite

Clément Lagarde. Nos conducteurs sont dorénavant plus conscients de l'importance et des avantages d'une conduite responsable. »

Autre avantage, avec la géolocalisation, les exploitants de Tag Logistik connaissent la position du chauffeur et peuvent prévenir les clients de son heure d'arrivée. Auparavant, il fallait appeler le conducteur pour savoir où il se trouvait, une pratique en contradiction avec la sécurité routière.

Parmi les fonctionnalités figure la réception d'alertes en cas de conduite inappropriée. Quand un chauffeur génère trop d'alertes, un responsable d'exploitation peut lui suggérer d'adopter les préceptes de l'éco-conduite pendant deux jours.

Enfin, Tag Logistik est en mesure d'établir différents indicateurs de performance pour montrer notamment aux chauffeurs que le nombre de points livrés n'est pas le seul critère à prendre en compte. Au-delà des critères économiques, la sécurité demeure l'une des préoccupations essentielles de Tag Logistik.

**LA FLOTTE DE TAG LOGISTIK
EN CHIFFRES
• 70 véhicules**