

UN ENTRETIEN AVEC L'ANCIEN NUMÉRO 2 DE RENAULT

«GRÂCE AU CLOUD, ON SAURA TOUT DE VOTRE CONDUITE»

Aujourd'hui vice-président de la société américaine Salesforce, Patrick Pélata, écarté de Renault en 2012, est au cœur d'une nouvelle révolution : la voiture connectée à Internet.

Capital : Vous êtes passé brutalement du siège de Renault à Boulogne, à celui de Salesforce, un leader du «cloud computing» et de la gestion de la relation client basé dans la Silicon Valley. Pas de regret ?

PATRICK PÉLATA : Non, j'ai définitivement tourné la page. Mes nouvelles fonctions sont passionnantes. J'y ai un point de vue d'ensemble sur une révolution technologique qui est en train de bouleverser l'industrie. Avec la connexion des voitures à Internet, c'est bien de cela dont il s'agit.

Capital : La mutation s'accélère ?

PATRICK PÉLATA : L'arrivée de la 4G va permettre des débits plus importants et plus rapides, sans commune mesure avec ce qui existait jusqu'à présent. Cela va ouvrir un immense champ d'applications. General Motors est l'un des premiers constructeurs à avoir annoncé pour bientôt des modèles avec le Wi-Fi dans l'habitacle et qui intégreront un téléphone connecté à la 4G. D'ici quelques années, ce sera la solution standard. Vous pourrez, par exemple, télécharger des films pour les enfants tout en roulant... Audi, Hyundai et d'autres ont suivi. Certains se sont rapprochés de Google, qui a décidé d'adapter son système d'exploitation Android à l'univers automobile. D'autres constructeurs travaillent avec Apple, qui fait de même avec iOS. Bientôt votre voiture sera un vrai smartphone !

Capital : Mais concrètement, à quels types d'applications doit-on s'attendre ?

PATRICK PÉLATA : Dans l'assurance, par exemple, les compagnies sont très intéressées par ce système pour prévenir les fraudes. Il leur permettra de récupérer des informations précises sur la violence des chocs et leur direction, et d'estimer les dégâts. Le kilométrage, les heures d'utilisation, les lieux où la voiture est garée... tout cela peut être aussi pris en compte pour évaluer les risques et moduler les primes, si le client est d'accord bien sûr. Depuis peu, on peut aussi enregistrer des informations comme la fréquence des freinages d'urgence, très corrélée aux risques pris par le conducteur.

Capital : La voiture et son conducteur sont donc suivis à la trace...

PATRICK PÉLATA : Oui, et les usages de ce «tracking» sont multiples. Des radios digitales comme Aha, aux Etats-Unis, sont capables de passer des publicités adaptées au profil du conducteur grâce aux informations qu'elles ont pu réunir sur lui. Elles vont même jusqu'à choisir ces publicités en fonction du lieu où il se trouve en voiture. A San Francisco, nous avons montré une

application inédite développée avec Ford. Si la voiture a besoin d'une vidange, le constructeur envoie sur l'écran de bord une proposition de ristourne pour une révision dans un garage Ford à proximité. Si vous acceptez l'offre, Ford inscrit la destination dans le système de navigation tout en prévenant le garage de votre arrivée.

Capital : Jusqu'où peut aller le service sur mesure avec la voiture connectée ?

PATRICK PÉLATA : On pourrait imaginer que le temps passé chaque jour dans sa voiture soit utilisé pour faire des examens suivis de santé. Grâce à des capteurs, on mesurera la fréquence cardiaque, la pression sanguine, le stress, ce que votre médecin peut rarement faire aussi régulièrement.

Capital : On parle aussi d'application liée à la productivité personnelle ?

PATRICK PÉLATA : Une entreprise française, Sylphea, a développé pour la plate-forme de Salesforce un outil de ce type à destination des professionnels. Avant de reprendre votre voiture après le travail, vous allez pouvoir placer dans un dossier virtuel les e-mails que vous n'avez pas eu le temps de lire, ou la liste des numéros que vous n'avez pas eu le temps d'appeler. Une fois dans le véhicule, vous poussez une touche sur l'écran de navigation et vous voyez apparaître les mails que vous allez écouter en «text to speech» - les messages textes deviennent vocaux - ou les numéros de téléphone que vous voulez composer.

Suite page 124 ►

Constructeurs et opérateurs se disputeront le marché

► Suite de la page 122

Capital : Comment les marques se procurent-elles les informations sur les conducteurs ? C'est tout de même très intrusif !

PATRICK PÉLATA : Lorsque Apple propose sa plate-forme de services CarPlay, il peut les recueillir à partir de l'iPhone, comme il le fait en temps normal, et y ajouter les informations fournies au système par la voiture elle-même avec la collaboration du constructeur. Une radio digitale aura accès à moins de données, mais pourra utiliser ce que vous écoutez pour mieux vous cerner, comme Facebook lorsque vous faites un post sur le réseau social, ou Google lorsque vous utilisez son moteur de recherche. Si le recueil et l'utilisation de ces informations conduisent à des abus, la sanction du client peut être très rapide : il met l'application à la poubelle de son smartphone ou de son écran de voiture. Si, au lieu de vous rendre la vie plus facile, la marque vous importune, rien de plus simple que de la quitter...

Capital : En termes de chiffre d'affaires, que représente le marché mondial de la voiture connectée ?

PATRICK PÉLATA : On l'estimait déjà à 13 milliards d'euros l'an dernier et, d'après une étude du cabinet SBD, il devrait atteindre 40 milliards d'ici à 2018, avec une large part de ce montant liée aux services. A cette date, 70% des nouvelles voitures vendues seront équipées pour être connectées.

Capital : Les données sur les conducteurs vont donc devenir de plus en plus précieuses...

PATRICK PÉLATA : Oui. Jusqu'à présent, on s'est surtout contenté de récupérer à distance des informations techniques sur les voitures. Mais la vraie création de valeur est dans la possibilité de capter aussi de l'information sur les utilisateurs. Notre métier consiste à recueillir cette information, à la stocker dans le cloud et à la mettre à la disposition de ceux qui en ont besoin, sur tablette, smartphone ou ordinateur, pour proposer très vite des services pertinents.

Capital : Pour les intervenants sur ce marché, le modèle économique est-il déjà établi ?

PATRICK PÉLATA : La question reste ouverte. Pour l'instant, les constructeurs qui ont développé des plate-formes de services avec quelques applications, comme BMW, Mercedes, Renault ou PSA, font payer un abonnement. Mais ce système a du mal à décoller. Il ne serait pas idiot de tout



transférer sur la facture téléphonique des utilisateurs, mais cela donnerait beaucoup de pouvoir aux opérateurs et les fabricants n'ont pas forcément envie de cela. On est dans un écosystème en train de se créer, avec beaucoup d'innovations, mais où le jeu des acteurs n'est pas stabilisé...

Capital : Les constructeurs ne sont pas assurés de récupérer la plus belle part du gâteau ?

PATRICK PÉLATA : L'économie de la filière automobile a été très stable pendant longtemps, mais ça va beaucoup bouger, personne n'est à l'abri de changements importants. Si les constructeurs ne sont pas assez rapides et pragmatiques, ils peuvent perdre pied sur une partie substantielle de la chaîne de valeur. C'est ce qui s'est passé pour des acteurs historiques d'autres secteurs, comme la distribution de musique ou les jeux électroniques.

Capital : Et la voiture autonome, sans conducteur, c'est pour bientôt ?

PATRICK PÉLATA : Ce qu'a déjà fait Google est remarquable. Tout comme Daimler, avec sa démonstration de conduite autonome sur les 100 kilomètres du fameux trajet de

Bertha Benz entre Mannheim et Pforzheim (NDLR: en 1888, la femme du docteur Carl Benz, inventeur de la première voiture propulsée par un moteur à explosion, a parcouru cette distance pour prouver l'utilité du véhicule). Nissan, Audi et d'autres ont annoncé leur intérêt pour cette technologie ou effectué des démonstrations. Je pense que nous verrons des applications partielles de conduite autonome avant la fin de la décennie, sur autoroute par exemple.

Capital : Que pensez-vous du redémarrage du marché automobile aux Etats-Unis, est-ce de bon augure pour l'industrie dans son ensemble ?

PATRICK PÉLATA : La reprise du marché aux Etats-Unis, la meilleure santé des «big three» et la croissance des investissements des trois grands acteurs japonais montrent que l'industrie automobile repart de l'avant. Il y a encore des hésitations, comme le prouvent les stocks élevés de voitures neuves ces derniers mois aux Etats-Unis et le redémarrage très lent en Europe, mais c'est encourageant.

Propos recueillis par Jean Botella ●