Driving the change

Étude prospective sur la filière automobile française

Cette étude prospective 2025-2040 sur la filière auto-mobilité en France présente trois objectifs : qualifier les mutations structurantes et enjeux associés, identifier les premiers enseignements en termes de nouveaux modèles d'activité « gagnants », et quantifier les déplacements de valeur à moyen-long-terme.

Positionnement actuel de la filière

Pilier économique français, l'automobile a aujourd'hui l'opportunité de renforcer sa compétitivité internationale en tirant profit de nouvelles tendances marché. La filière automobile française, regroupant la production amont traditionnelle et les segments avals directement adjacents, concentre aujourd'hui une part significative des revenus et de l'emploi national.
Alors que la vision de la filière automobile est traditionnellement limitée à la construction de véhicules et aux activités amont de la chaîne de valeur (fournisseurs et équipementiers), représentant 169 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2018, le chiffre d'affaires de la filière élargie s'élève à 458 milliards d'euros en 2018. Il s'agit d'un enjeu clé pour l'économie française, car la filière automobile représente 1,2 million d'emplois et produit 2,3 millions de véhicules par an.

458
milliards d'euros de revenus

1,2
million d'emplois

2,3
millions de véhicules produits par an

Reconnue à l'étranger, la filière automobile française bénéficie d'un positionnement stratégique fort, soutenu par des ressources et infrastructures favorables, ainsi qu'une forte réactivité du privé et de l'Etat, en particulier sur les sujets d'innovation. Elle dispose notamment de ressources énergétiques favorables lui permettant de produire de l'électricité plus verte que la moyenne européenne (64g de CO_2 rejetés par kWh, bien en-dessous des émissions de CO_2 d'une majorité de pays européens). La filière française voit néanmoins son développement ralenti par un manque significatif d'investissements et de coopération stratégique entre les acteurs, se traduisant in fine par un positionnement limité sur certaines technologies ou géographies.

Tendances futures et enjeux associés

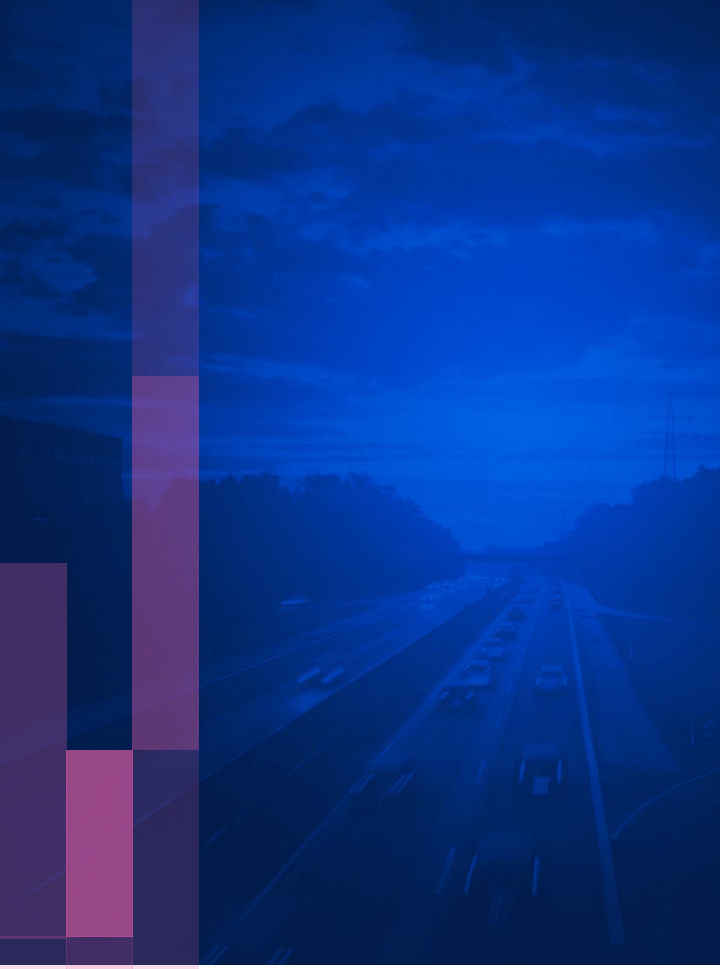
Pour tirer pleinement profit des nouvelles tendances marché, l'écosystème automobile français devra adresser l'ensemble des enjeux technologiques et économiques qui y sont associés. Au cours des 20 prochaines années, l'écosystème des mobilités français sera principalement impacté par 6 grandes tendances.

- Le renforcement des attentes environnementales, à travers la modification des habitudes de consommation des utilisateurs finaux et le renforcement du cadre réglementaire tout au long du cycle de vie des véhicules ;
- Le morcellement du paysage énergétique, via le développement simultané d'une multitude de véhicules basés sur divers socles énergétiques et répondant à des cas d'usage variés : batterie électrique, pile à combustible, biocarburants… ;
- La migration de la valeur dans les technologies, avec une part accrue des services digitaux, logiciels embarqués et supports hardware associés dans la valeur des véhicules et dans la croissance de l'écosystème automobile au sens large ;
- Le développement du Mobility-as-a-Service, avec une multitude d'offres B2B, B2C et B2G captant progressivement les nouveaux besoins clients, du produit vers le service et de l'individuel vers le partagé ;
- La commoditisation de la mobilité via la proposition, par les professionnels du tourisme, d'offres de mobilité adjacentes à leurs activités cœurs pour capter davantage de valeur de leur clientèle ;
- Le renforcement des externalités (e.g. fractures sociales et territoriales d'accès aux solutions de mobilité innovantes, dépendance à l'approvisionnement étranger, bouleversement des compétences productiques et servicielles requises, etc.) requérant un encadrement accru de la part des collectivités.

Stratégie gagnante face à ces tendances :

Pour soutenir une innovation responsable, l'écosystème automobile européen devra s'aligner sur le développement prioritaire d'un nombre limité de systèmes de distribution énergétiques et groupes motopropulseurs ciblés.

Pour soutenir la pénétration de l'électrique, la filière amont devra sécuriser le développement de batteries recyclables moins chères, à l'autonomie accrue et au temps de recharge diminué. Les énergéticiens et acteurs du BTP devront quant à eux redimensionner le réseau électrique et soutenir l'installation massive de points de charge.



Pour garantir l'émergence de l'hydrogène, la filière amont devra encore travailler sur l'architecture des véhicules,
tout en réduisant le coût des piles à combustible (notamment via les électrodes). Les énergéticiens devront par ailleurs industrialiser des méthodes de production plus vertes et plus rentables (e.g. électrolyse) tout en garantissant des modes de stockage et de distribution du carburant plus pérennes.

Pour faire face au challenge du véhicule autonome, la filière devra garantir l'interopérabilité de l'électronique embarquée avec les infrastructures dédiées (e.g. 5G, routes et signalisation intelligentes, etc.), ainsi qu'avec les véhicules manuels. L'Etat devra en outre adapter la réglementation (e.g. code de la route, partage des responsabilités), tout en aidant les constructeurs à convaincre les utilisateurs finaux encore réticents aujourd'hui.

Pour garantir l'émergence responsable du MaaS (Mobility-as-a-Service), un nombre réduit de plateformes, reposant sur des partenariats gagnant-gagnant entre l'ensemble des acteurs de l'écosystème, devront garantir une expérience utilisateur simple, multi-services et accessible à tous, de partout et à tout moment.

Nouveaux modèles d'activités gagnants

Pour réussir, la filière devra soutenir l'émergence de nouveaux modèles d'activité capables de surmonter les enjeux technologiques et économiques à venir. Les besoins de mobilité feront émerger plusieurs modèles gagnants le long de la chaîne de valeur, dominée par des plateformes multiservicielles.

- De grands partenariats « Hardware » et « Software » entre divers constructeurs, équipementiers et acteurs tech, garantissant une pénétration marché accélérée de blocs technologiques peu matures via la mutualisation des ressources et compétences
- Des services à haute valeur ajoutée autour des bornes de recharge électrique, notamment à destination des acteurs B2B, pour accroître la rentabilité des investissements dans l'électrique à l'aval de la filière
- Des assistants de mobilité B2C proposant à l'échelle locale ou nationale l'ensemble des modes de transports et services de mobilité (e.g. réservation, paiement, etc.) via une tarification forfaitaire modulable
- Des assistants de mobilité B2B offrant aux entreprises un monitoring complet des déplacements de leurs employés via les opérateurs de flotte partenaires
- Des opérateurs de flotte publics ou privés (multi-) régionaux à taille critique référencés par les opérateurs MaaS et agrégateurs
- Des Mobility Control Hubs fournissant des solutions I.T. de suivi / monitoring de la mobilité dédiées aux Autorités Organisatrices de Mobilité (AOM) pour un meilleur contrôle de leur territoire

Impact macroéconomique associé

En cas de succès, la transformation de l'écosystème aura un impact significatif sur l'ensemble de l'économie française à horizon 2040.

+59%

C'est l'augmentation annuelle moyenne estimée pour les revenus cumulés de la filière automobile d'ici 2040

La transformation progressive de l'écosystème pourrait entraîner une forte croissance de ses revenus cumulés, pouvant atteindre jusqu'à 267 milliards d'euros supplémentaires (majoritairement issus d'activités encore inexistantes à date)

Une telle transformation reste conditionnée à la réalisation progressive d'investissements massifs (pour un total de 140 milliards d'euros, qui devront être portés à la fois par les acteurs du public et du privé).

-60%

C'est la baisse des revenus estimée pour la filière automobile d'ici 2040 en l'absence d'investissements majeurs

A contrario, l'inaction entraînerait notamment une baisse massive des revenus et des emplois de la filière, de l'ordre de 60% des valeurs actuelles sur l'ensemble de la période

Découvrez l'ensemble de l'étude:

« Driving the Change - Étude prospective sur le secteur automobile en France »

Télécharger le PDF

Contacts :

Jean-Charles Ferreri
Senior Partner, TMT & Mobility
KPMG Global Strategy Group
Tél. : +33 (0)6 60 07 08 99
jferreri@kpmg.fr

Laurent Des Places
Partner, Responsable du secteur Automobile
KPMG France
Tél. : +33 (0) 6 19 20 56 72
ldesplaces@kpmg.fr

Bertrand Grau
Partner, TMT & Digital
KPMG Global Strategy Group
Tél. : +33 (0)6 16 55 71 89
bertrandgrau@kpmg.fr

Meissa Tall
Partner
KPMG France
Tél. : +33 (0)6 85 42 25 60
mtall@kpmg.fr

Charles Martinet
Project Leader
KPMG Global Strategy Group
Tél. : +33 (0)6 18 25 10 01
charlesmartinet@kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). KPMG International et ses entités liées ne proposent pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2021 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). Tous droits réservés.
Le nom et le logo KPMG sont des marques utilisées sous licence par les cabinets indépendants membres de l'organisation mondiale KPMG. Imprimé en France.

Création, réalisation : Communication - OLIVER - Avril 2021. Photo : iStock, Getty, Unsplash

kpmg.fr