Tiré du livre : Kenneth Laudon et Jane Laudon, « Management des systèmes d'information »,13è édition,

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PSA : la voiture connectée, nouvelle partie prenante du SI du constructeur**   |  | | --- | | Lors du Mondial de l’Automobile 2012 qui s’est tenu à Genève, PSA a levé le voile sur Peugeot Connected Apps, le nouvel environnement applicatif d’ores et déjà disponible sur 90 % des Peugeot 208 et sur lequel le groupe travaille depuis plus de dix ans.  Le lancement des Peugeot Connected Apps sur la 208 est l’aboutissement d’une stratégie que le groupe PSA a entreprise depuis de nombreuses années autour de la problématique de la voiture connectée. Avec un million de véhicules en circulation déjà équipés de eCall, un système d’appel d’urgence très robuste fonctionnant par SMS, PSA est le leader européen en la matière. Connect Fleet, pour la gestion de flottes, et le service eTouch de Citroën, pour la mise à jour du carnet de bord, complè­tent ce système. Il reste cependant encore un certain nombre de défis à relever dans le domaine de la voiture connectée en Europe, comme la capacité à gérer le *roaming* (ou nomadisme).  Nouveau paradigme de mobilité, la voiture devient plus communicante. Les services mobiles et Internet vont continuer à se développer à bord, mettant l’accent sur l’échange d’informations entre véhicules, la géolocalisation, et même des fonctionna­lités plus ludiques pour les passagers, telles que des jeux ou des vidéos. On retrouvera bientôt dans chaque véhicule tout l’univers électronique que nous côtoyons au quoti­dien. De façon transparente pour le conducteur et ses passagers, le constructeur compte sur l’intégration de ces données dans son SI pour continuer à optimiser sa chaîne logistique, améliorer sa relation durable avec ses clients et garantir sa compétitivité.  Ainsi questionné sur les grands chantiers informatiques de PSA, le directeur des systèmes d’information du groupe, Daniel Zamparini, insiste sur l’optimisation des coûts qui représente toujours « un axe fort » dans un secteur en permanence sous tension. Il cite également l’amélioration des processus de la chaîne logistique, l’une des briques les plus critiques de la solution nécessaire au métier d’un constructeur automobile. Il s’écoule aujourd’hui 56 minutes entre le moment où une pièce spéci­fique est demandée aux fournisseurs et celui où elle est disponible au montage dans un atelier. Il faut donc que le SI des fournisseurs et celui de PSA soient parfaitement intégrés. Il confirme enfin que le digital est le grand défi à venir de l’informatique et des télécommunications, avec comme orientations la voiture connectée, les nouveaux services numériques, mais aussi l’arrivée des terminaux tactiles.  Par exemple, fin 2012, la Direction des Systèmes d’Information (DSI) de PSA a décidé de proposer des tablettes tactiles au personnel des concessions Peugeot et Citroën afin de leur permettre d’accéder à l’ensemble des processus d’après-vente dans un contexte de mobilité, notamment lors de l’analyse de l’état des véhicules et des éven­tuelles actions de maintenance, ou encore pour la saisie des observations techniques, la gestion des commandes de pièces, l’information sur les stocks, l’établissement de devis et de plans d’entretien, etc. PSA entend ainsi améliorer l’efficacité de l’accueil des clients et réduire les temps d’attente. Connectée à plus de 18 systèmes du constructeur, une application Web est ainsi mise à disposition sur une tablette tactile Windows 8. Sur 15 000 points de vente Peugeot et Citroën, PSA se donne pour objectif de séduire 5 000 d’entre eux d’ici à cinq ans en proposant un modèle économique locatif.  Du point de vue de la politique de gestion de la relation client, (*Customer Rela­tionship Management*, CRM), les services connectés représentent un enjeu de taille pour le constructeur : établir un pont entre le monde automobile et les modes de vie où l’usager est connecté parfois 24 h/24 et, surtout, proposer des services valorisant la marque et permettant d’établir un véritable programme de CRM. Cet enjeu est d’autant plus important pour les constructeurs automobiles que l’industrie traverse actuellement une période difficile et que les interactions avec les clients sont très épisodiques, se résumant souvent à un échange lors de l’acte d’achat, soit tous les cinq à dix ans. Dans l’automobile, il y a encore moins de dix ans de cela, la relation client passait par les concessionnaires. Aujourd’hui, elle est multicanal *via* Internet et les centres d’appels, et multilingue. Le Service Après-Vente (SAV) représente, lui aussi, un canal de relation client très important. Cette dernière exige de connaître et d’iden­tifier le client. Il faut ainsi disposer d’outils communs et transversaux, y compris pour des applications très spécifiques comme le SAV ou la gestion des véhicules d’occasion. Par exemple quand un client entre chez un réparateur agréé, ce dernier doit pouvoir s’assurer que le véhicule ne fait pas partie d’une campagne de rappel.  À la source de ces nombreux projets, on retrouve la DSI de PSA, une organisation centralisée au service de toutes les activités de la branche automobile du groupe. D’un point de vue stratégique, les SI se trouvent au centre des principaux processus de l’industrie automobile. Par exemple, pour raccourcir les délais de développement, de plus en plus d’ingénierie simultanée, d’outils de simulation et de puissance de calcul sont nécessaires. Avec un budget informatique étonnamment bas par rapport | | au chiffre d’affaires du groupe, des statistiques de fabrication records et une organisation totalement intégrée à la structure de l’entreprise, on peut qualifier la DSI de PSA de très efficace. Les SI représentent 1,3 % du chiffre d’affaires, pourcentage significa­tivement inférieur à celui observé chez de nombreux concurrents.  En 2013, PSA Peugeot Citroën est en train d’achever la migration de ses 100 000 postes de travail vers les technologies Microsoft. Le déploiement a demandé deux ans de travail, pour un coût de licence qui n’a pas augmenté. Sur les 600 sites répartis dans 37 pays, les postes de travail sont tous identiques et leurs évolutions-migrations s’ef­fectuent de manière automatisée. Dans l’unité dédiée à l’informatique scientifique, qui a notamment en charge la conception assistée par ordinateur (CAO), les réfé­rentiels ou encore la maquette numérique, les applications sont très spécifiques et très pointues. Là encore, les évolutions sont constantes : en matière de *crash-test*, un ensemble de serveurs sous Linux ont remplacé l’ancien calculateur de type « Cray », ce qui a généré des gains en termes de coût et de temps de calcul. De nombreuses applications qui tournent sur des architectures techniques de type « *mainframes* » et « départementales » restent cependant encore à transformer en applications exploi­tables en mode « Web ».  **Sources :**  *L’Usine nouvelle*, n° 3324, 28/03/13  **www.psa-peugeot-citroen.com**, consulté le 28/03/13  Jaimes, N., « Automobile connectée : ce qui vous attend », **http://www.journaldunet.com/ebusiness/mobile/automobile-connectee/**, 15/10/12, consulté le 01/10/13  Clapaud, A., « Mondial de l’Automobile 2012 : PSA dévoile ses pistes d’innovation », **http://pro.01net.com/editorial/574057/mondial-de-lauto-2012-psa-devoile-ses-pistes-dinnovation/**, 01/10/12, consulté le 01/10/13 | |