Zeitschrift: Revue économique Suisse en France
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 80 (2000)
Heft: 1: Automobile : ça roule pour la Suisse!

Artikel: Technologie, développement, concept automobile... : vive l'innovation!
Autor: Brandt, Thierry / Delabrière, Yann
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-889271

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 06.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

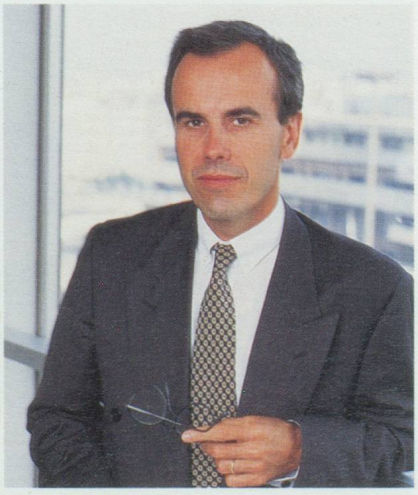
Technologie, développement, concept automobile...

Vive l'innovation !

Thierry BRANDT

journaliste

Sous-traitance, regroupement, fusion, 607, 206... Yann DELABRIERE, Directeur financier du groupe PSA Peugeot Citroën répond à nos questions.



Yann Delabrière

Resf. Comment la sous-traitance est-elle organisée dans le groupe PSA Peugeot Citroën ?

Yann Delabrière : Les fournisseurs ont un rôle accru dans notre fonctionnement. Parce que les voitures tendent à offrir des prestations de plus en plus larges aux consommateurs. Je parle là du confort, de l'électronique, de l'habillage plastique, des équipements de sécurité et de navigation. Nous pensons qu'il n'est pas souhaitable, ni possible, de maîtriser toutes les technologies qui entrent dans la construction d'une automobile. Nous avons une fonction de concepteur global et d'assembleur final. Nous avons bien sûr aussi une responsabilité de motoriste. En revanche, beaucoup d'autres pièces sont mieux faites, et pour des coûts moindres, par des spécialistes.

L'industrie automobile travaille en flux tendus. Cela ne complique-t-il pas la collaboration avec vos fournisseurs ?

Y. D. : C'est une stratégie que nous développons depuis longtemps et que nous allons encore intensifier pour rendre compatible l'autonomie des fournisseurs et le montage en " juste-à-temps " des pièces nécessaires. Cela demande effectivement une logistique toujours plus précise, toujours plus pointue et des contraintes de localisation. En ce qui concerne les pièces les plus lourdes, par exemple les sièges et les pare-chocs, la proximité des fournisseurs facilite les choses.

Le phénomène actuel de concentration des grandes entreprises va-t-il concerner tous les constructeurs automobiles ? Combien de constructeurs seront-ils encore présents sur le marché planétaire dans dix ans ?

Y. D. : Je n'en sais strictement rien. La vraie question est de savoir quelles sont les grandes tendances et en fonction de celles-ci, quelle est la stratégie que nous, groupe PSA, allons développer. Les tendances, nous pouvons en distinguer plusieurs. La première, c'est que notre produit n'est pas du tout en train de se banaliser. Au contraire. Il se diversifie. Si l'on pouvait craindre, dans les années 80, que les automobiles se ressemblent de plus en plus, il n'en va plus de même aujourd'hui. Tous les catalogues proposent des berlines, des coupés, des cabriolets, des monospaces, des monospaces compacts, des microspaces, des dérivés d'utilitaires, bref une véritable explosion de modèles. Celle-ci correspond à la demande d'une clientèle qui veut une automobile de mieux en mieux adaptée à des usages précis, une automobile dans laquelle elle puisse projeter sa personnalité. Il faut bien garder ceci en tête. Les grandes fusions que vous évoquez concernent finalement des produits relativement banalisés. Exemple : le pétrole. Tous les pétroles se ressemblent. On comprend dès lors l'intérêt d'un rappro-

> **Si l'on pouvait craindre que les automobiles se ressemblent de plus en plus, il n'en va plus de même aujourd'hui.**

chement. Dans le secteur bancaire, c'est un peu la même chose. Dans notre secteur, la clé du succès d'une entreprise est sa capacité à mettre sur le marché de bons produits, innovants et séduisants pour la clientèle. Elément qui n'est pas lié à l'effet de taille. Au contraire, c'est plutôt lié à l'agilité. La preuve, c'est que le plus grand constructeur automobile actuel, General Motors, est généralement considéré comme l'un des moins performants.

Oui, mais le rapprochement ne peut-il pas être intéressant au niveau financier.

Y. D. : La capacité à investir dépend beaucoup plus de votre capacité à générer du *cash-flow* que de votre capitalisation boursière. Tout dépend donc de votre rentabilité interne. Nous, nous considérons qu'aujourd'hui nous avons la taille suffisante pour générer les *cash-flow* nécessaires à nos investissements.

Je déduis de vos propos que le groupe PSA, tel qu'il existe actuellement, se défend sans autre sur le marché ?

Y. D. : Nous allons produire un peu plus de 2,5 millions de voitures cette année. C'est bien entendu moins que des groupes comme Volkswagen ou Toyota, qui sont autour de 4,5 ou 5 millions, de Ford ou General Motors, quant à eux autour de 7 et 8 millions. Ceci étant dit, nous estimons d'une part, comme je viens de vous le dire, que nous avons une taille suffisante pour financer des investissements de développement. D'autre part, nous pensons que notre politique rigoureuse de réduction des coûts et d'innovation en matière de produits offre un potentiel de croissance considérable pour les deux ou trois ans à venir, de même qu'une rentabilité encore accrue. Même si des opérations de croissance externe peuvent avoir un certain attrait d'un point de vue théorique, elles présentent un potentiel trop important de risques, de désorganisation et de choc culturel.

Pendant longtemps, le groupe PSA, et en particulier Citroën, a été à la pointe du progrès. Maintenant, c'est moins le cas. Certains parlent même de frilosité.

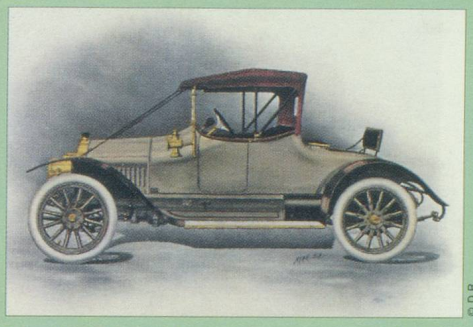
Y. D. : Effectivement, nous avons moins innové pendant un certain temps. Mais aujourd'hui, l'un de nos objectifs majeurs est de restaurer cette capacité d'innovation, d'une part en matière de concept automobile, d'autre part en matière de technologie. Plusieurs modèles nous ont, ou vont, nous ramener au centre de la scène, comme la 607 par exemple. Je parle aussi de la Peugeot 206, qui est un grand succès puisque nous allons en vendre plus de 500 000 exemplaires en Europe cette année.

Nous avons le leadership en matière de technologie diesel.

Et nous allons bientôt la produire en Amérique latine, d'abord en Argentine, puis au Brésil. Aujourd'hui, nous mettons en vente la Citroën Picasso, qui est un concept vraiment nouveau et nous arrivons avec le coupé-cabriolet 206 qui, lui aussi, promet beaucoup. Enfin, nous avons le leadership en matière de technologie diesel. Nous sommes sûrs que les moteurs à injection directe comme le HDI offrent des avancées considérables en termes de plaisir de conduire, de capacités techniques et d'émissions polluantes. Depuis maintenant un an, nous avons bâti une coopération avec Ford qui, avec nous, mais sur la base de nos technologies et nos capacités de production, inaugure le développement des futures générations de moteurs diesel. Ainsi allons-nous partager les coûts de développement, d'investissement et de production.

Revenons au Picasso. Il s'est déroulé plus d'une année et demie entre le moment de sa présentation et celui de sa commercialisation. Avez-vous cherché à susciter l'envie par le manque ?

Y. D. : Pourquoi avons-nous agi ainsi ? Simplement parce que Picasso est un produit innovant. Nous voulions que nos clients potentiels le connaissent, l'apprécient et donc puissent programmer à long

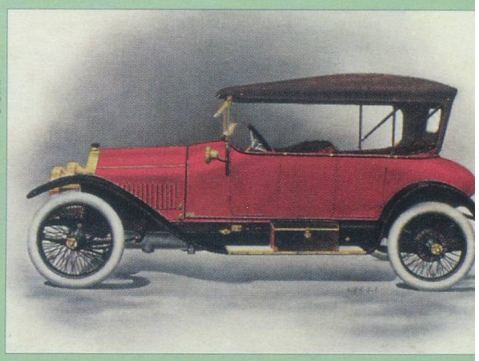


© D.R.

Torpédo Pic-Pic 2 places avec spider (extrait du catalogue de 1912).

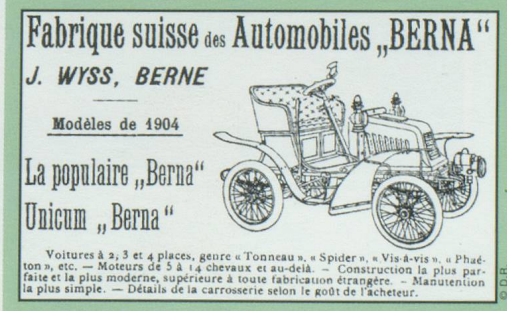
© D.R.

La course automobile : « Chuck » Graemiger. Tout d'abord mécanicien, puis pilote (il participa en 1969 au volant de sa propre Chevron 2 litres au Championnat d'Europe des Voitures de sport), puis propriétaire d'un atelier de préparation de voitures de course, il construisit sa propre voiture en 1973, la Cheetah G 501, l'améliorant sans cesse au fil des années.



© D.R.

Torpédo Pic-Pic 4 places, coupé limousine (extrait du catalogue de 1912).



© D.R.

Serrurier d'art réputé à Berne, Joseph Wyss entreprit dès 1902 la construction dans ses ateliers bernois d'une première voiture sous la marque Berna. Transférés à Olten, ses ateliers se lancèrent dans la fabrication industrielle de camions, activité abandonnée puis reprise quelque temps après à la suite du rachat de l'entreprise par une société anglaise pour finalement, en 1929, tombée dans l'escarcelle de la fabrique de camions Saurer, un autre grand producteur suisse.

SULZER

SinterLock CSTi®, la surface pour les implants orthopédiques non cimentés qui favorise la croissance des tissus osseux sur l'articulation artificielle et crée de ce fait un ancrage stable de l'implant.
SinterLock CSTi® est un développement de Sulzer Medica.

Sulzer vise principalement la pensée et l'action innovatrices pour l'ensemble de ses produits et services. Non seulement dans la technique médicale, mais aussi dans la technique industrielle, comme les machines a tisser ou l'industrie pétrolière, gazière et chimique ainsi que les solutions d'infrastructure dans la construction.

Avec une équipe composée de quelque 23.000 collaborateurs dans le monde entier, Sulzer fait profiter l'humanité des bénéfices de la technologie. Prometteur, orienté client et avec le plus grand respect de l'environnement.
Vous trouverez plus de «benefits of technology» sur www.sulzer.com

terme leur décision d'achat. Compte tenu des commandes, nous sommes sûrs de son succès.

Qu'en est-il du moteur hybride et des piles à combustible dont on parle beaucoup ? Le groupe PSA y croit-il ?

Y. D. : Pour ce qui est du moteur hybride, nous y songeons fortement. Cela va d'ailleurs déboucher rapidement sur une production. Sur ce terrain-là, nous n'avons pas de retard technologique par rapport aux Japonais. Toyota a sorti un véhicule, déjà disponible. Nous viendrons, nous, avec des concepts vraisemblablement un peu différents à partir de 2001-2002. Nous croyons très fort aux technologies hybrides. La pile à combustible est un domaine extrêmement intéressant, sur lequel nous travaillons aussi, évidemment.

Parlons des circuits de distribution et donc des concessionnaires. Pourra-t-on bientôt acheter sa voiture au supermarché, ou sur le net ?

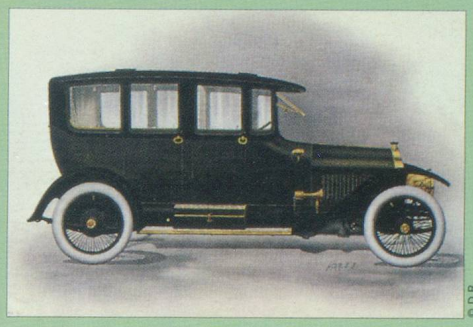
Y. D. : Pour parler des opérations récentes, je crois que le distributeur en question a, avant tout, cherché à se faire un peu de publicité en " ramassant " un lot de " vieilles " voitures, si vous me passez l'expression. Je crois qu'il s'agissait de modèles Daewoo. Et si mes informations sont bonnes, elles ne se sont pas toutes vendues, malgré les prix attractifs… Le métier de concessionnaire a plusieurs avantages. Le concessionnaire s'occupe de la voiture du client, lui assure l'entretien, une garantie et un service après-vente. Certes, les voitures contemporaines sont de plus en plus fiables. Mais leur entretien représente une dépense importante. Le client doit donc pouvoir s'adresser à un professionnel. La grande distribution quant à elle n'est guère organisée pour cela. Va-t-elle s'engager plus avant dans la vente de voitures ? Sûrement, parce qu'elle voudra toujours proposer plus de produits dans ses rayons. Le fera-t-elle de manière efficace ? C'est loin d'être évident.

Que représente le marché suisse ?

Y. D. : C'est un marché très important et exigeant en termes de qualité et de fiabilité des produits. Il est intéressant parce que les Suisses aiment les voitures. Il suffit de voir le succès du Salon de Genève.

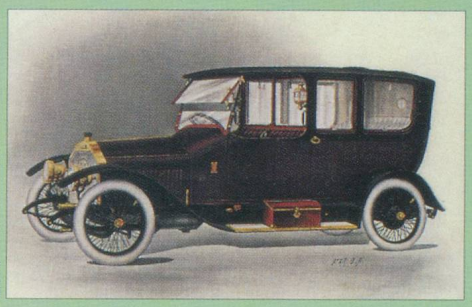
Pour l'anecdote, êtes-vous plutôt Peugeot ou Citroën ?

Ma position m'oblige à être œcuménique et à pratiquer régulièrement les deux marques.



© D.R.

Limousine Pic-Pic conduite intérieure (extrait du catalogue de 1912)



© D.R.

Landaulet Pic-Pic type Empereur d'Allemagne (extrait du catalogue de 1912).

© D.R.

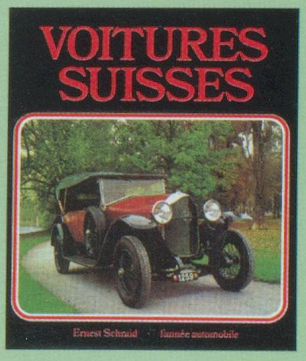
La Peugeot V6 Crisalys revue par Franco Sbarro, un des grands couturiers de l'automobile. Ses « créations » font rêver plus d'un passionné.

SALON DE L'AUTOMOBILE DE GENÈVE

Créé en 1924, le Salon International de l'Automobile de Genève fêtera cette année sa 70ème édition. Chaque année, il accueille près d'un millier de marques en provenance d'une quarantaine de pays. En 1999, pas moins de 691 000 visiteurs se sont pressés dans les halles du Centre d'Exposition Palexpo dont 40 % d'étrangers (84 pays représentés). 5 000 journalistes du monde entier ont fait le déplacement mettant en évidence l'importance de ce Salon qui, il faut le souligner, est le seul à se tenir chaque année en Europe (un paradoxe pour un Pays qui ne figure pas parmi les producteurs d'automobiles et qui représente seulement 0,5 % du marché mondial).

Comme le soulignait le Président de ce Salon, Jean-Marie Revaz, lors d'un dîner-conférence organisé en son honneur par la Chambre de Commerce Suisse en France, Région Marseille Sud-Est Méditerranée (voir article page 41), le Salon de l'Automobile de Genève est sans doute l'une des plus importantes vitrines de ce secteur industriel. Il bénéficie de l'image de la Genève internationale et, surtout, se déroule dans un pays neutre au plan industriel. Salon " universel " - tous les constructeurs sont présents – il allie qualité des infrastructures (halles de Palexpo) ainsi que le savoir-faire et l'organisation " à la Suisse ".

Le Centre de Congrès et d'Exposition Palexpo, mitoyen de l'Aéroport de Genève-Cointrin, se situe à 5 km du centre de Genève. Inauguré en 1981, il a été agrandi à deux reprises, en 1987 et 1995. Il offre une surface d'exposition couverte de 90 000 m² et de plein air de 18 000 m². La construction d'une halle supplémentaire est à l'étude.



On ne peut parler de la sous-traitance suisse sans rappeler l'apport extrêmement important des constructeurs suisses au développement de l'automobile. Une industrie si florissante qu'elle occupait, en 1913, le 9ème rang mondial. En 1914, 25 usines suisses employaient quelque 40.000 salariés. Difficile de toutes les présenter dans ces pages ! L'histoire de l'automobile suisse a été magistralement contée par Ernest Schmid, Président de l'Association suisse des collectionneurs de voitures anciennes, dans un superbe livre édité en 1978 par les Editions Edita SA et malheureusement épuisé. Les illustrations et les commentaires publiés dans ces colonnes sont tous issus de son ouvrage et nous tenons à le remercier très vivement d'avoir bien voulu nous autoriser à les reproduire.