

Les télécommunications, issue de secours de l'industrie automobile ?

Pour survivre dans un monde qui se veut écologique l'industrie automobile doit se réinventer. Jean-Pierre et Marine Corniou estiment que le modèle du renouveau de l'industrie des télécommunications pourrait être la voie à suivre. Extrait de "1,2 milliard d'automobiles et 7 milliards de terriens, la cohabitation est-elle possible ?" (2/2).

Avec Jean-Pierre Corniou Marine Corniou

L'avenir de la mobilité ne peut plus s'imaginer sans intégrer la profonde transformation des technologies de l'information engagée avec le développement du réseau internet et la multiplication des services offerts par le web. Téléphone mobile et web permettent de renforcer la facilité et le confort de la mobilité physique en multipliant les informations. Mais aussi la simplicité et l'efficacité de ces outils, grâce à la qualité de l'image et du son autorisée par la haute définition et le haut débit permettent d'éviter des déplacements. Compléments indispensables, mais aussi substituts partiels, les nouveaux objets et les nouvelles pratiques de la société de l'information apportent à la mobilité une dimension nouvelle.

[...]

Aujourd'hui les télécommunications ont révolutionné la vie quotidienne de plus de cinq milliards d'êtres humains en apportant pour un coût souvent infime le plus précieux des services, la mise en relation avec le monde extérieur, partout, toujours, pour tout le monde.

[...]

Pour l'industrie automobile, en panne, le modèle du renouveau de l'industrie des télécommunications est à méditer. Naguère synonyme de liberté et de statut social, l'automobile apparaît à beaucoup de jeunes comme un objet polluant, encombrant. Les adolescents américains, selon une étude du MIT datant déjà de 2006, n'ont pas classé par hasard comme symboles des techniques obsolètes en 2015 le moteur à explosion, le compact disc, l'ordinateur de bureau et le téléphone fixe...L'industrie automobile doit réapprendre à enchanter en séduisant d'abord son futur public. L'influence des jeunes sur les acheteurs de tous âges est considérable. Elle pourra le faire en s'inspirant de ce qui fait aujourd'hui auprès des moins de trente ans la force des télécommunications mobiles, du web 2.0, des réseaux sociaux. Cette industrie ne doit pas seulement réimaginer le produit automobile, mais aussi s'affranchir du poids d'une association exclusive avec le pétrole qui l'a empêchée, par tradition et conformisme, d'être à l'écoute de modèles alternatifs et des revirements de l'opinion. De même, la reconception des interfaces numériques, inspirées par les tablettes tactiles, est en train de révolutionner l'habitacle automobile, que ce soit dans les berlines luxueuses comme la Tesla S ou les voitures de grande diffusion comme Clio 4, Peugeot 208 ou Zoe.

En associant son image et ses produits avec ceux de la vague numérique, elle pourra ouvrir une nouvelle ère de croissance où mobilité physique et proximité numériques ne seront plus contradictoires, mais intimement liées.

[...]

Les potentiels de la communication mobile se révèlent également indispensables pour développer les nouveaux usages de l'automobile, comme la location, l'autopartage. L'intégration sans couture des outils comme la géo-localisation, l'accès aux réseaux haut débit, le télépaiement et la télémaintenance des flottes offrira flexibilité et sécurité aux gestionnaires et aux utilisateurs. Connectée, la voiture zéro émission sera aussi facilement intégrable dans le tissu urbain que dans le contexte social.

Il sera difficile pour une industrie aussi ancienne, aussi complexe et puissante que l'industrie automobile de se repenser. La coexistence entre les anciennes pratiques et les nouveaux modèles sera longue, mais tourner la page de 130 années d'histoire glorieuse peut être plus porteur d'espoir, d'innovation et de plaisir que de dureté. Aussi les télécommunications et l'automobile peuvent et doivent s'inventer un destin commun.

Extrait de "[1,2 milliard d'automobiles et 7 milliards de terriens, la cohabitation est-elle possible ?](#)", Ed. Lignes de Repères (novembre 2012)

