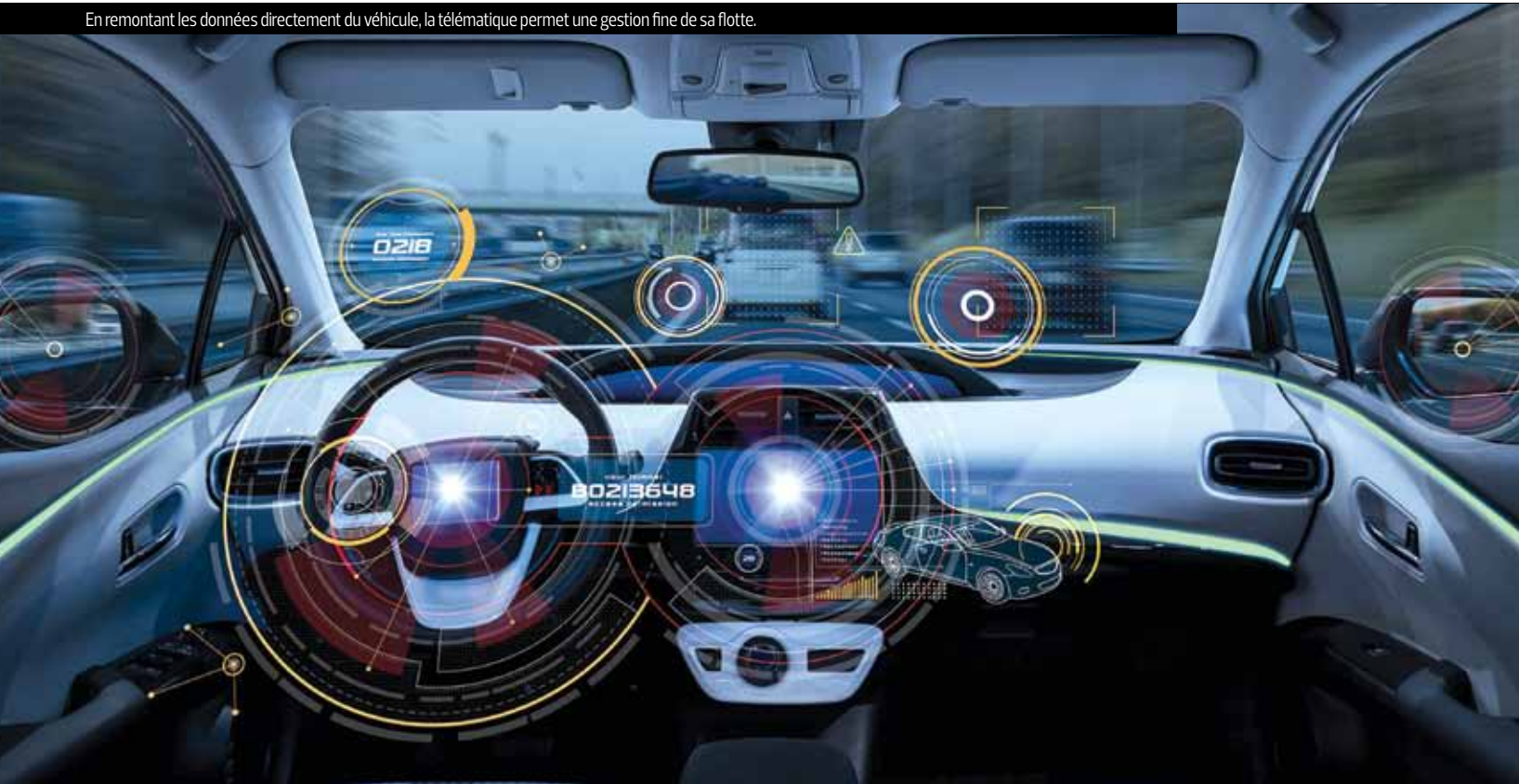


En remontant les données directement du véhicule, la télématique permet une gestion fine de sa flotte.



Les promesses des offres télématiques

Depuis son apparition dans les années 1960, la télématique s'est imposée dans de nombreux pans de nos activités. Dans le secteur automobile, ce sont notamment les gestionnaires de parc qui y ont recours. Au sein des véhicules, elle prend généralement la forme d'un boîtier – installé *via* le système canBUS ou une prise connecteur OBD – communiquant les données à une plate-forme SaaS (software as a service) ou à un logiciel de gestion. Une manière simple et rapide de bien superviser les flottes à travers des rapports graphiques, des états des lieux, etc. En somme, un précieux outil de pilotage pour les responsables de parc.

Les motivations des entreprises pour s'équiper de la télématique embarquée évoluent également au gré de l'enrichissement des solutions. D'abord utilisée pour la géolocalisation auprès des

flottes d'intervention, de dépannage et de livraison, la télématique offre aujourd'hui toutes sortes d'informations (kilométrage, émissions de CO₂, temps de parcours, etc.). La remontée des data récoltées permet ainsi la maintenance prédictive, l'optimisation des TCO et même la prévention des risques

routiers. Ivan Lequerica, vice-président de la région Europe du Sud-Ouest chez Geotab, nous explique que « *la télématique a beaucoup progressé. De relevé d'informations, temps passé sur la route, optimisation des itinéraires, etc., les solutions se sont enrichies pour aider à la résolution des vrais problèmes* »

» de gestion de flotte, autour de quatre points cardinaux : la sécurité routière, l'amélioration du comportement des conducteurs, la productivité et l'efficacité avec une réduction de la consommation de carburant, par exemple».

DE NOUVEAUX HORIZONS

Une réponse quasi exhaustive qui a ouvert le marché de la télématique à de nouveaux clients. Taco van der Leij, vice-président marketing de Webfleet Solutions, ex-Tomtom Telematics, fort de 50 000 clients en Europe en sait quelque chose. Parmi ses prospects, on retrouve « des

d'autres domaines. « En outre, l'IOT [Internet des objets, ndr] ouvre de vastes perspectives, au-delà des seuls véhicules, avec les bennes, les remorques, etc. » commente Barbara Tron, directrice marketing d'Ocean Orange Business Services. D'après Julien Rousseau, les entreprises qui optent pour la télématique le font principalement pour bénéficier d'« un meilleur suivi au niveau de l'entretien, de l'éco-responsabilité, mais aussi pour coller au mieux aux exigences de l'État ». Une exploitation des données censée générer un bénéficiaire client, notamment en ce qui concerne

Un rôle de conseiller plus que celui de « simple » fournisseur de logiciel s'avère indispensable dans le monde de la télématique.

grands acteurs de la logistique et de plus en plus de services d'auto-partage », dit-il. Mais cette technologie n'est plus l'apanage des grandes sociétés; de nombreuses ETI, PME et même TPE l'ont adoptée ces dernières années. Julien Rousseau, fondateur et président de suivi-deflotte.net, confirme qu'en taux d'équipement il compte même 17 % à 22 % de PME parmi ses cibles. De même, la typologie des secteurs intégrant la télématique dans leur organisation change. Certes, « les flottes qui demandent une remontée globale concernent plutôt celles d'utilitaires avec des véhicules non attribués » analyse Amandine Verdasca, directrice de Winflotte. Mais si l'on sait que les transports routiers et les métiers du BTP sont en première ligne, on constate que la demande progresse aussi dans

l'option désignation du conducteur, véritable casse-tête, surtout pour les véhicules de pool. Or, « la télématique permet clairement de répondre à cette problématique et de faire gagner du temps à l'entreprise en digitalisant le carnet de route. On suit alors l'usage des véhicules de manière automatisée, et le conducteur n'a plus rien à faire », assure Julien Rousseau.

ÊTRE PLUS QU'UN « SIMPLE » FOURNISSEUR DE LOGICIEL

Daniel Vassallucci, président d'Optimum Automotive, incluant Mapping Control, juge que ses solutions ont l'avantage « de faire valoir une approche globale d'optimisation des flottes et pas uniquement de prestations de services télématiques. Notre plate-forme doit être génératrice d'économies substantielles et permettre d'antici-

per les situations. La demande est forte sur la délégation de gestion de flotte, notamment dans le périmètre des entreprises ayant un parc de plus de 100 véhicules ». Preuve qu'un rôle de conseiller plus que celui de « simple » fournisseur de logiciel s'avère indispensable dans le monde de la télématique. « Par exemple, pour l'électrification d'un parc, il faut concevoir un déploiement rationnel, étape par étape, correspondant à un gain écologique et économique mesuré. C'est la même chose pour l'optimisation des car policiers ou l'appréhension des nouvelles mobilités dans les entreprises », souligne ainsi Daniel Vassallucci.

ACCOMPAGNER LES ÉVOLUTIONS DES MOBILITÉS

Avec l'adoption de la LOM en décembre dernier, les gestionnaires de flotte se retrouvent en effet devant une obligation chiffrée de verdissement de leur parc. Une nouvelle variable dont les fournisseurs se sont emparés sans plus tarder, à l'image de

Geotab, qui a développé une fonctionnalité dédiée. « Après une première évaluation, nous aidons les flottes à passer aux véhicules électriques en tenant compte du TCO et des véhicules disponibles sur le marché » pointe Ivan Lequerica, voyant l'avenir sous le prisme d'une adéquation de la télématique avec une mobilité « partagée, électrique, connectée et multimodale ». En parlant de multimodalité, Winflotte a d'ores et déjà intégré cette notion croissante au sein des flottes. Espérant devenir l'un des acteurs majeurs du fleet management et non plus seulement un éditeur de logiciel, la société travaille « sur une offre de data management hybride afin de pouvoir livrer un outil garantissant à [ses] clients l'exhaustivité de la donnée », rapporte Amandine Verdasca. Multi-catalogue et dédié aux grands comptes, ce service propose une approche holistique. Il permet en effet, selon la responsable, de « centraliser plein de strates diverses dans une car policy

globale et de pouvoir la bâtir en tenant compte des besoins de croissance externe. Avant on ne pouvait gérer qu'un catalogue avec des sous-catégories, de manière assez classique ». Ce service intègre donc la cohabitation de plusieurs modes de déplacement au sein d'un même groupe que les responsables de flottes auront à gérer demain (covoiturage, véhicules partagés, engins de déplacement personnels motorisés, etc.).

DATA ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE FAÇONNENT L'AVENIR

« Avec l'avènement prévu de la 5G et de l'IOT, aujourd'hui tout le monde veut prendre position sur le marché de la data. Alors, celui qui détient le savoir-faire veut pouvoir grappiller des parts de marché et le conquérir par de nouveaux services » résume Annick Renoux-Mallet, directrice commerciale de Webfleet Solutions. Qui ajoute : « On ne va pas uniquement collecter de la donnée, on lui donne de la valeur. » De son côté, au-delà de l'assistance à la conduite »



JULIEN ROUSSEAU,
fondateur et président
de suivi-deflotte.net.



ANNICK RENOUX-MALLET,
directrice commerciale
de Webfleet Solutions.



IVAN LEQUERICA,
vice-président de la région Europe
du Sud-Ouest chez Geotab.



AMANDINE VERDASCA,
directrice de Winflotte.

LE TRACKING NUMÉRIQUE, UN SUJET D'ACTUALITÉ QUI DIVISE

Si la télématique embarquée des véhicules ne sert pas obligatoirement à géolocaliser (souvent anonymement) les véhicules, il existe de nombreuses applications pistant les utilisateurs. La question des libertés individuelles bousculées par ce genre d'outils de traçage mobiles était régulièrement soulevée en France. Avec la crise de la pandémie de Covid-19, les interrogations sur les conditions d'utilisation de ce tracking numérique sont revenues au centre du débat. Surtout depuis que le Gouvernement français a admis réfléchir au développement d'une application utilisant la technologie sans fil Bluetooth et retraçant l'historique des relations sociales de personnes éventuellement contaminées : StopCovid. Si huit Français sur dix seraient prêts à l'installer sur leur smartphone, d'après un récent sondage, la présidente de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), Marie-Laure Denis, appelle à « une vigilance particulière sur son caractère intrusif ». Cette stratégie numérique d'identification de la population respectera-t-elle les principes de la protection des données ? Qui y aura réellement accès ? Son usage serait-il temporaire ? Une dérive un brin « Big Brother » n'est-elle pas à craindre ? Des questions qui sont autant de crispations très françaises aux yeux de nombreux observateurs.

» (activité « Alerting » qui compte 5 millions de membres sur le continent), de la récupération des véhicules après-vol (85 000 véhicules, sur un total de 300 000) et de l'activité Business, Coyote voit la data comme un quatrième métier à part entière. « La data représente notre or noir. Nous avons une réelle expertise de "floating car data" et nous pouvons envisager de nouveaux services. Comme pour la télématique, notre positionnement consistera à sortir des océans rouges pour contourner une concurrence trop féroce » nous révèle Benoît Lambert, directeur général de Coyote.

Une problématique qui implique des programmes d'amélioration continue. Comme l'indique Julien Rousseau, suivideflotte.net joue l'ouverture depuis fin 2019. Ce sont les clients qui influencent l'amélioration de l'outil en saisissant, grâce au portail, leurs demandes et besoins. « Cela nous permet d'être réactifs à l'ère des réseaux sociaux, mais aussi de coller aux spécificités françaises et aux particularités de certains corps de métier, grâce à une dimension plus locale que des grands groupes internationaux », assure le dirigeant. Cet aspect serviciel de plus en plus pointu a été assimilé par tous les acteurs de la télématique, à l'image de Coyote. Son offre « Business » est encore récente, mais réunit déjà 10 000 clients, majoritairement des ETI et des PME, et Benoît Lambert souligne l'importance de « concevoir de nouveaux services sur la base d'une meilleure connaissance des clients ».

« D'un point de vue technologique, le Big Data et l'intelligence artificielle vont jouer un rôle crucial dans l'évolution de la



L'outil Traqueur acquis par Coyote.

télématique », renchérit encore Ivan Lequerica. Selon lui, « le fait d'avoir de grandes quantités de données de bonne qualité, associées à de puissants algorithmes d'apprentissage automatiques, déterminera quelles entreprises dirigeront la télématique lors des dix prochaines années ». Avec plus de 2 millions de véhicules

Il reste encore du chemin à parcourir pour que la télématique s'impose comme un standard sur le marché français.

connectés, collectant quotidiennement 4 milliards de points d'information, Geotab compte en faire partie et investit d'ailleurs 15% de ses revenus en R & D.

COMMENT VAINCRE LA PEUR DU FLICAGE ?

Mais avant la généralisation de solutions de plus en plus sophistiquées, il reste encore du chemin à parcourir pour que la télématique s'impose comme un

standard sur le marché français. Certes, le développement des offres en première monte y concourt, mais il reste également des freins à lever. L'évidence des voitures connectées, pouvant générer jusqu'à 25 gigabits de données par heure, n'est pas unanimement partagée. De nombreux récalcitrants jugent

en effet ces solutions intrusives, espionnes. « Je pense que c'est compliqué à faire adopter socialement parce qu'en France il faut passer par beaucoup d'étapes validantes complexes », précise Amandine Verdasca. Et de poursuivre : « En plus, la télématique est souvent rattachée à la géolocalisation et, par extension, à la surveillance, alors que ce n'est pas forcément le cas, bien sûr. En outre, la télématique demande

aussi d'avoir l'aval des constructeurs, de savoir quels types de data remonter, de s'assurer de leur fiabilité, de savoir comment les traiter et de leur donner une fonction... » Un avis appuyé par Annick Renoux-Mallet de Webfleet Solutions. « Il faut se prémunir contre la crainte du flicage des salariés, dit-elle. La télématique doit s'inscrire dans un projet d'entreprise, une recherche d'efficacité. Il convient d'y associer les délégués du personnel et les collaborateurs. »

Il faut éviter la confusion entre télématique et tracking numérique (voir encadré), synthétise Ivan Lequerica. Daniel Vassallucci abonde dans ce sens : « Par rapport aux solutions télématiques, même anonymisées, il y a une inertie historique en France, on le vérifie à nouveau au sujet du tracking en pleine crise du coronavirus. » Julien Rousseau, lui, estime que les choses évoluent. Et de développer : « Aujourd'hui, les conducteurs ne se posent presque plus la question dans la



Pour plus de praticité, les outils de télématique comme celui de suivideflotte.net ou de Webfleet Solutions se déclinent sous la forme d'applications pour smartphone ou de petits boîtiers faciles à embarquer.



mesure où la télématique est incluse dans beaucoup de véhicules et que la géolocalisation s'est généralisée via les smartphones. Il nous revient ensuite de faire la pédagogie nécessaire. » Chez Ocean Orange Business Services, Barbara Tron ne dit pas autre chose : « Nous pouvons intervenir en support pour répondre aux questions des

financières qui ont des répercussions beaucoup plus larges au sein de l'entreprise ». De surcroît, alors que « nous vivons une situation économique et sanitaire sans précédent, nous pensons que les entreprises auront tendance à mieux mesurer l'utilisation de leurs ressources et à réduire les coûts inutiles. La télématique peut y aider pour beau-

On ne va pas uniquement collecter de la donnée, on lui donne de la valeur.

Annick Renoux-Mallet (Webfleet Solutions)

syndicats et expliquer l'intérêt du dispositif. » À ce titre, le succès du boîtier Driver Connect est très encourageant. « Disponible avec ou sans géolocalisation, il est prisé dans la mesure où il crée de l'interactivité avec les chauffeurs, dans le respect du mode public/privé » explique Barbara Tron, qui avance un parallèle avec les smartphones d'entreprise. « Au départ, dit-elle, les gens y voyaient un mouchar, un piège pour devenir joignable en permanence, alors qu'aujourd'hui c'est un basique dans les packages. » Quant à Daniel Vassallucci, il confirme à quel point « il est important de bien étudier l'introduction de toute nouvelle technologie dans l'entreprise puis les process qui assureront leur forte appropriation par les salariés ».

QUELLES PERSPECTIVES EN SORTIE DE CRISE ?

Au final, Julien Rousseau est confiant car, affirme-t-il, « on peut considérer aujourd'hui la télématique comme un ERP [progiciel de gestion intégré, ndlr]. Elle permet de faire plein d'ajustements TCO et des économies

coup », juge Ivan Lequerica avec pragmatisme. Barbara Tron, abonde dans ce sens. Pour la responsable, « l'écosystème RSE, l'éco-conduite, les économies de carburant, la sécurité routière... sont d'autant plus importants et porteurs que ce sont aujourd'hui des leviers pour générer des économies qui seront recherchées à la reprise de l'activité ». Sans oublier que la télématique « peut être une question de bien-être au travail puisqu'on essaie de comprendre comment roulent les personnes pour rationaliser les déplacements, les rendez-vous, les tournées, donc la sécurité », relève Amandine Verdasca. Les opérations de sensibilisation et de pédagogie auprès des conducteurs ne sont donc pas terminées, d'autant plus que la qualité de la relation humaine constitue « un point névralgique, et la séquence actuelle de la crise du Covid-19 vient nous le rappeler avec acuité. Ce sera un élément charnière lors de la reprise, car les notions de confiance et de fiabilité seront accentuées », conclut justement Daniel Vassallucci ●

AG et CG