

La Lettre De T.E.A.M N°24

SOMMAIRE

EDITORIAL

HOMMES & MÉTIERS 2

TEAM RHÔNE-ALPES 2 - 3

PARTAGE DU SAVOIR 3 - 4

OPINIONS 4 - 6

TENDANCES 7 - 8

EDITORIAL

Chers Abonnés à la Lettre de T.E.A.M.,

Bonjour à toutes et à tous,

Nous sommes entre le passé et l'avenir, entre *Rétromobile* exposant ses merveilles d'une autre époque et le *Salon de Genève* présentant les nouvelles tendances de l'automobile.

En ce qui concerne l'emploi, cette période est difficile à vivre pour nombre d'entre nous, en contrepartie elle provoque d'évidentes remises en cause, mais également de nouvelles opportunités. Vous n'êtes pas sans savoir que notre Association s'efforce d'aider les cadres qui sont en situation de repositionnement.

Mutualisation transversale et Innovation sont les maîtres mots les plus utilisés lors des conférences concernant les filières : Industrie, Aéronautique et Automobile.

La production automobile française ne représente plus que 3% de la production mondiale, comment en sommes-nous arrivés là ? A partir de ce constat, quels sont les remèdes et les actions à mettre en place pour relever ce challenge ?

Les experts de ce sujet confirment que cette industrie en difficulté actuellement est une filière d'AVENIR !!!

Bonne lecture.

Bien cordialement

Christian PETIT



Directeur de Publication :

T.E.A.M. 8, rue de Varize, 75016 PARIS

Comité de Rédaction :

Bernard Coste, Bernard Dauvilliers, Christian Petit, Emmanuel Podvin, Philippe Neyroud

Abonnement gratuit : www.team-auto.org

E.Mail : team.newsletter@team-auto.org

Nous sommes heureux d'accueillir :

- **Hugues Charbit**, 43 ans, ICCA - PARIS

Analyste base de données référencement automobile pour L'Argus de l'Automobile, Polk et Lease-Plan réorganisation et actualisation des bases de données VP et VUL pour l'Europe.

Auparavant : 10 ans comme Responsable de l'Actualisation des bases de données VP et VU ; responsable de la coordination de l'équipe France d'analystes de base de données et dépêches Presse JatoNews pour Jato Dynamics. Début de carrière chez Opel France comme chef de produit gamme.



- **Véronique Birr**, 47 ans, Maitrise en modélisation statistique Dauphine

Depuis 2009 Responsable achats pour APCO société d'ingénierie spatiale, nucléaire et navale. Mise en place du service et contrats avec les partenaires pour de la fabrication prototype CA : 15M€. Développement du CDC d'un ERP.

Auparavant : 2 ans comme Responsable marketing pour les turbos camions et engins off highway Honeywell. Participation à l'analyse stratégique. 11 ans chez Faurecia comme Responsable de l'analyse monde et suivi commercial (4 ans), Responsable marketing opérationnelle système d'échappement (2 ans) Responsable achat système de dépollution échappement (5ans). Début de carrière de 1991 à 1996 à l'OCDE.



- **Christophe Ferrien**, 47 ans, Université Paris-Sud, INSEAD Business school, BEM M2

De 2007 à 2009 : Directeur des Achats et Supply Chain pour Nobel Automotive (Orhan Holding Turquie) CA 110-140 M€.

Auparavant : 9 ans pour Dana Corporation Europe [CA 2,3 Md\$] comme Sales & Marketing Manager Compte PSA (4 ans) puis Directeur des Achats (3 ans) et ensuite Directeur Business Développement Renault-Nissan (2 ans). Début de carrière de 1992 à 1998 chez Mark IV Automotive comme Key Account Manager Renault.



- **Myriam Massiani Scelles**, 63 ans, Ecole centrale Marseille (IPSOI)

Spécialiste en stratégie de développement dans les secteurs Environnement et Chimie, Industrie Automobile, Tiers 1 & 2. Limitation de la pollution de l'air, la dépollution de l'eau et des sols et respect Responsabilité Sociétale et Environnementale. Depuis 2003 consultant associé pour des groupes de conseil internationaux Kline, Nexant, REA, benchmarking, études de marchés, recommandation en stratégie de développement technique et commercial.

Auparavant : 12 ans comme Business Manager pour Goodyear Speciality Chemical pour différentes lignes de produits et marketing opérationnel



TEAM RHÔNE - ALPES

La filière automobile en Rhône-Alpes

La région Rhône-Alpes représente environ 80 000 emplois salariés dans le secteur automobile, pour un chiffre d'affaires global de 13 Milliards d'€. Environ 700 entreprises rhônalpines sont impliquées dans la filière automobile.



C'est une des raisons de la présence de T.E.A.M. en Rhône-Alpes

Nous avons donc l'ambition de développer T.E.A.M. Rhône-Alpes et de pouvoir ainsi accroître le réseau de T.E.A.M. afin de pouvoir partager nos expériences et nos connaissances et aider nos membres dans leurs besoins et dans leurs recherches

RENFORCER LA CULTURE AUTOMOBILE EN RHÔNE-ALPES !!!

Philippe Neyroud
philippe.neyroud@gmail.com



PARTAGE DU SAVOIR

Marketing du Conseil : Entrée en relation avec SON Client

Pour être visible des clients et avoir des missions, on peut utiliser 2 types d'approches :

- **Celles centrées sur soi (ratisser large !)**

Ex : la rédaction d'un catalogue d'offres, la création d'un site web, la présentation généraliste de SOI, une communication orale et écrite (CV généraliste) où l'on SE met en avant.

LE CLIENT EST ABSENT DE CES ACTIONS, IL NE SE SENT PAS CONCERNÉ.

Si l'on persiste dans la prospection de masse, nous faisons face à la fatigue, nous générons de l'anxiété.

- **Celles centrées sur le client**

Ex : se concentrer sur UNE micro-cible à la fois, utiliser une communication intentionnelle (expertise très ciblée, biographie spécifique) où l'on dit l'intérêt *POUR LE CLIENT* de nous missionner, manifester une saine attitude en réseau, aller là où le client se trouve, manifester une écoute active.

Renoncer à lui vendre tout, se limiter à ce dont il a besoin (une action ciblée avec un bénéfice certain).

POUR ÊTRE EN RELATION AVEC LE CLIENT, DIRE QUI NOUS SOMMES EST SANS INTÉRÊT, FORMULER CE QUE LE CLIENT ATTEND EST TOUT.

8 janvier 2013
Eric Graër
graer.eric@wanadoo.fr



Trouver Plus Facilement Ses Missions

Après la perte de leur emploi, certains vous diront « je vais faire du conseil » or, c'est plus souvent pour se convaincre eux-mêmes d'avoir pris une décision que pour exprimer une posture déjà assumée et parfaitement maîtrisée.

Vivre le changement, c'est savoir assumer les transitions sans dommages. Pour ce faire il est difficile de vouloir passer d'un métier à un autre sans une attitude circonspect qui ne doit pas pour autant se priver d'enthousiasme : imaginer que rien n'est certain ni définitif par voie de conséquences, est la meilleure attitude qui soit. La nouvelle posture doit naître, se confirmer, se stabiliser pour un temps puis être remise en cause soit, pour croître soit, pour faire face à un nouveau tournant de carrière, de vie, d'orientation.

Les décisions doivent s'accorder à ces conditions du mieux possible :

- trouver un milieu favorable à l'apprentissage d'un métier nouveau dont on a tout à apprendre,
- assurer la continuité de sa protection sociale et à travers elle de celle des siens : prévoyance, ASSEDIC, retraite,
- pouvoir changer de situation sans dommages, sans dettes, et même faire des allers et retours si nécessaire,
- partir de là pour amplifier un mouvement d'affaires, créer une structure si nécessaire.

Néanmoins, créer d'emblée sa structure est hasardeux et capteur d'un temps précieux. Une grande part de la réussite se joue au démarrage. De plus une structure rigidifie la mobilité. Elle la complique par les obligations qu'elle génère.

Pour un expert ou un manager qui s'inscrit pleinement dans une posture de service, le contrat n'est qu'une modalité appropriée à la mission. Qu'il s'agisse d'un CDD, d'un CDI ou d'une prestation facturée.

Dans les phases de transition, l'essentiel est donc de se préparer à conquérir ses premières missions. Pour ce faire, il convient de s'engager avec méthode dans une démarche de contacts qui nourrit un positionnement afin d'aboutir à une commande puis, à la

constitution d'une clientèle. Ceci forme un parcours et c'est en parcourant ce chemin qu'on peut choisir de s'emparer d'opportunités propres à nous permettre de réaliser un projet.

Il n'y a donc pas de préalable à l'action et pas de construction sans action cohérente.

23 Janvier 2013

Roland Bréchet pour TEAM AUTO

Directeur Général d'ITG

roland.brechot@itg.fr



L'intégralité de ces communications est accessible directement sur le site T.E.A.M. pour tous les membres de l'Association (accès / Espace Membres/Espace T.E.A.M./Partage du Savoir).

Pour les lecteurs non-membres qui souhaitent lire ces présentations, contacter les auteurs des articles ou la rédaction.

OPINIONS

Rachat d'Opel par PSA

Les rumeurs de rachat d'Opel pas PSA ont largement circulé dans la presse en ce début d'année, voici quelques réactions :

Avec 2 malades, on ne fait pas un superchampion ! Cela passerait par des fermetures d'usines tant en Allemagne qu'en France et on voit mal les gouvernements accepter une telle opération ! GM/Europe et PSA sont exactement sur les mêmes segments.

Un rapprochement GM/PSA n'avait de sens que si il était mondial (mais GM a dit non) et si il englobait les technologies du futur, mais là, on se sait rien. De plus, à l'arrivée de GM, BMW a arrêté la Joint-Venture avec PSA sur les hybrides/électriques. PSA se retrouve seul, j'ose espérer qu'ils ont une alternative.

Jacques Manlay

jacques.manlay@tacsas.com



Mon passé de directeur aux Achats PSA m'incite à la prudence vis-à-vis des infos parues dans la Presse. Il me semble que PSA a besoin de temps pour « digérer » les décisions prises en 2012. La situation financière de PSA ne me parait pas compatible avec un rachat d'Opel. De plus j'ai constaté que durant l'année 2012 les négociations ont pris beaucoup de temps pour aboutir à des accords sur une organisation achat commune et sur les développements de quelques projets en commun. Je ne vois pas en 2013 une nouvelle réflexion et négociation orientée vers un rachat de l'un par l'autre.

Quant aux marchés émergents, PSA est déjà présent en Chine, au Mercosur et en Russie. Je ne suis pas sûr que la prise de contrôle d'Opel ouvre un accès industriel rentable en Inde par exemple

Enfin quelle crédibilité peut-on accorder à une incitation de nos politiques du Gouvernement actuel à concrétiser ce rachat ?

Bernard Basquin

bernard.basquin@orange.fr



J'ai eu l'occasion de commenter cette info à différentes reprises dans la presse et dans mes rapports. Pour l'instant, je crois plus à des manœuvres destinées à connaître l'avis de marchés financiers plus que d'une réelle volonté échange. GM n'a pas tellement intérêt de voir partir cette marque puisque, par exemple, c'est chez Opel que certains moteurs Ecotec commercialisés dans le monde entier sont pensés.

Je range ça au même niveau que les rumeurs de rapprochement de PSA avec Tata. L'entreprise n'est pas en bonne santé et le retour à l'équilibre est maintenant annoncé pour 2015 (contre mi-2014 auparavant). Pour l'instant PSA préparerait un nouveau plan social (prévu pour mars semble t'il) qui précipiterait la réduction de coûts. Il faut admettre que l'entreprise peut perdre 10 000 personnes supplémentaires en France (en plus des 9 500 déjà annoncés). Cela pourrait permettre de réaliser des économies et de gagner en efficacité.

Bertrand Rakoto
bertrand.rakoto@gmail.com



OPINIONS

Renault et l'Etat Algérien vont investir 1 milliard d'euros dans la future usine d'Oran

L'investissement est-il démesuré ?

C'est une simple unité d'assemblage (tôlerie, peinture et montage) de 7 v/heure et qui ne correspond pas à 1 milliard d'€ ! (pour moi, au grand maxi, on serait à 300 millions) même en comptant des os (outils emboutissage et de grosses pièces plastique) fournisseurs extérieurs locaux.

Exclusivité: sur quoi ? non implantation industrielle d'un autre constructeur (on parle de VW) ? Différentiel douanier entre CBU et CKD ? Subventions à la Joint-Venture ?

Délocalisation: non, car jamais un constructeur n'ayant que 49% (la législation algérienne l'impose, mais ne rassure pas les investisseurs étrangers !) ne bâtira un sourcing monde dans ce contexte!

Des 2 cotés, Algérie et Renault, il fallait sauver la face avec une usine, mais l'approche de l'Algérie me semble d'une autre époque et à l'opposé de Renault Tanger (Renault majoritaire et décisionnaire, sourcing des modelés produits pour le monde)

Jacques Manlay
jacques.manlay@tacsas.com



Pour moi, les chiffres annoncés n'ont rien d'étonnant. Déjà, il faut prendre pour Renault 490 millions d'investissement et non 1 milliard.

Pour les 3 premières années à 25 000 véhicules, cela ferait un investissement de 6 500 € / véhicule, si l'on s'arrêtait là sans fabrication ultérieure, en reportant tout l'investissement sur ces 3 ans.

De même pour les 6 années à 350 000 véhicules, cela ferait 1 400 € / véhicule

En fait la production annuelle va continuer à croître, et au bout de 10 ans la production cumulée devrait dépasser le million: Par exemple 350 000 véhicules les 6 premières années plus 200 000 voitures les 4 années suivantes, soit 1 150 000 véhicules soit 430 € d'investissement par véhicule.

Regardons les productions des usines Renault à l'étranger pour 2009 et 2011

	2009	2011
Roumanie	300 000	330 000
Turquie	257 000	312 000
Brésil	120 000	216 000

Je pense que Renault qui veut "inonder" le continent africain (avec son milliard d'habitants et un parc auto très faible) vise davantage 200 ou 300 000 véhicules / an avec ce nouveau marché plutôt qu'une délocalisation.

PSA fabrique 41% de sa gamme basse Europe en France, contre 25% pour Renault. A raison d'un écart de 1 400 € entre un véhicule gamme basse fabriqué en France ou en low cost, si PSA ne fabriquait que 25% en France comme Renault, il gagnerait 270 millions d'€ par an.

La bonne affaire a été faite par Renault en rachetant 44% du capital de Nissan quand il était au plus mal et qui depuis qu'il a retrouvé la santé apporte tous les ans plus d'1 milliard d'€ dans le résultat net de Renault. On voit aussi avec ces chiffres que le problème PSA existe depuis quelques temps.

Terminons avec la magie des chiffres automobiles: Quand on dit que la moyenne annuelle des bénéficiaires de PSA sur 6 ans est de 210 millions d'euros, on pense que PSA est riche. Mais quand on dit que cela correspond à un bénéfice de 61 € / véhicule, soit 0,4% du prix moyen véhicule, on peine à le croire.

Joël Le Gal
le-galjo@wanadoo.fr



De mon point de vue, il est en effet probable que la capacité de l'usine soit de l'ordre au moins de 150 000 véhicules / an, vu le montant de l'investissement, et sans doute bien plus à terme.

Je ne comprends pas non plus ces données, cependant, ce type d'investissement s'amortit plutôt sur 15-20 ans (machines, équipements lourds) voire 30-50 ans (bâtiments, infrastructures). Enfin, le coût du terrain devrait être exclu du calcul d'amortissement (je ne sais pas quelle part de foncier Renault et l'état algérien paient, mais cela ne doit pas représenter beaucoup dans le milliard d'euros).

Affaire à suivre...

Christophe Bonnard
chr.bonnard@gmail.com



TENDANCES

Le Secteur Automobile Au Maroc

Renault et les équipementiers

Le site d'assemblage Renault est installé sur une superficie de 300 hectares à Tanger et doit produire 340 000 véhicules en 3*8 par an à terme. Ce projet d'un milliard d'Euros d'investissements devrait créer près de 36 000 emplois directs et indirects et contribuer au développement massif et accéléré de l'industrie automobile marocaine. Sur le port, Renault dispose de 13 hectares pour expédier des véhicules vers une centaine de pays.

En janvier 2013, la production de la Lodgy (5 et 7 places) va démarrer et en Mai 2013, le Docker (2 et 5 places) sera lancé.

L'usine prévoit 5 lignes d'emboutissage. Les effectifs début 2011 étaient de 400 personnes, et vont passer de 4000 personnes fin 2012 à 6000 personnes à fin 2013.

Le Directeur actuel M. Tunç Basegmez est arrivé il y a 2 ans. Il travaille depuis 30 ans pour Renault et occupait précédemment le poste de Directeur de l'usine de Bursa en Turquie.

Le tissu industriel est diversifié et plusieurs fournisseurs majeurs sont déjà implantés :

câblages (Valeo, Delphi, Yazaki), sièges (Prevent, Sunviauto, Treves, Polydesign...), pièces d'injection plastique (Nief), joints d'étanchéité (Metzeler) et pièces intérieures des véhicules (Antolin)

Arguments pour s'implanter

1/ Accompagner les Donneurs d'Ordre

M. Michel Faivre Duboz (article du 25/02/2011), Directeur Usine Renault Tanger « Les autorités marocaines ont permis la mise en place de mesures d'accompagnement en faveur des localisations au Maroc (incitations fiscales, aides à la formation, financements...), et Renault contribue à cet effort via la convention signée avec le gouvernement, l'ANPME et l'AMICA visant la mise à niveau des fournisseurs de rang 2. Le Maroc est une opportunité pour baisser les coûts et garder ses productions sinon les marchés vont partir en Chine ou en Russie. Ainsi, des gains de compétitivité de 20% à 30% sont constatés sur les pièces à forte valeur ajoutée main-d'œuvre».

2/ Pratique de la langue française

3/ Logistique en pleine évolution : Au SITL 2012, Le Président du CGEM (Medef marocain) a annoncé que les coûts logistiques entre le Maroc et l'Europe devraient baisser de 20% à 13% par rapport à 2011 grâce aux nouvelles infrastructures.

L'Offre Maroc pour le secteur automobile, s'articule ainsi autour de 3 volets.

1/ Le cadre incitatif attractif

Le statut de zone franche offrant une exonération totale de l'IS pendant les 5 premières années, suivi d'un plafonnement à 8,75%
Les aides à l'installation à hauteur de 10% du montant total de l'investissement

2/ Une forte compétitivité sur les coûts

Comparaison des coûts entre le Maroc et le sud de l'Europe pour certains postes financiers (à titre indicatif) :

- Coûts de main-d'œuvre : Jusqu'à -50 %

- Impôts Société (%) : Exonération pendant 5 ans
- Transport : Jusqu'à +200%
- >> Coûts totaux : Jusqu'à -30%

3/ Un environnement socio-économique favorable

Outre les mesures stratégiques adoptées pour renforcer l'attractivité de la destination Maroc, le Royaume dispose d'atouts structurels, favorables à l'émergence d'un tissu industriel dynamique et compétitif :

- Proximité géographique (3h d'avion)
- Stabilité politique dans un environnement démocratique et apaisé
- Culture d'ouverture et de tolérance

Programmes d'appui aux PME : Plan Emergence 2009-2015

L'approche du **Pacte Emergence** pour renforcer la compétitivité des PME est une approche globale, mettant à disposition des entreprises des leviers couvrant complètement les facteurs clés de compétitivité :

- Un levier financier pour permettre à l'entreprise d'accompagner ses investissements et sa croissance
 - Un levier opérationnel permettant l'intégration des technologies de l'information, ainsi que l'amélioration de la productivité et de la capacité d'innovation
- Confidentiel

Catherine Marzin
catherine.marzin@solexter.fr



TENDANCES

International Business Days

L'innovation et le développement à l'international sont les deux principales voies de progrès pour bon nombre d'entreprises en ces temps difficiles. En d'autres termes, se démarquer de la concurrence et aller vendre ses produits, services et savoir-faire au-delà de nos frontières.

Ces deux objectifs sont la raison d'être des International Business Days Le Mans, des rencontres d'affaires internationales qui vont avoir lieu les 19 et 20 juin prochains au sein du légendaire circuit des 24 Heures du Mans à l'occasion des essais qualificatifs.

Si vous voulez saisir l'opportunité qui vous est offerte de rencontrer des acheteurs, des prospects et d'étendre votre réseau alors rendez-vous sur le site www.ibdlemans.com pour faire connaissance avec cette convention d'affaires atypique et vous inscrire pour y participer.

Nous vous garantissons 2 journées exceptionnelles tant du point de vue business (jusqu'à 12 rendez-vous pré-ciblés par participant) que ludique avec une immersion dans les coulisses de la plus grande course d'endurance au monde que sont les 24 Heures du Mans, sans oublier les plaisirs de la table avec la dégustation de produits régionaux et l'incontournable dîner gastronomique à l'Auberge de Mulsanne située au bord de la célèbre ligne droite des Hunaudières et proche de la seconde chicane.

N'hésitez pas à nous contacter pour que nous puissions vous apporter toutes les précisions dont vous pourriez avoir besoin et dans l'attente d'avoir le plaisir de vous accueillir les 19 et 20 juin prochains.

François Lasalle
fconseil@aol.com



La course, moteur de progrès (1/2)

La compétition automobile, sur route et sur circuit, a toujours été un champ d'expérimentations idéal pour les technologies les plus avancées. D'ailleurs, la bataille a lieu aussi bien sur les circuits que dans les laboratoires pour le plus grand bénéfice des acheteurs de véhicules. Cette facette de la compétition automobile n'est pas toujours bien connue du grand public, la majorité n'y voyant que les aspects ludiques ou sportifs. En s'arrêtant un instant sur le sujet et avec un minimum de connaissances, on constate avec plaisir que depuis la fin du XIX^{ème} siècle, époque de l'essor de l'automobile et de l'apparition des premières courses, le moteur et un très grand nombre d'équipements ont fait l'objet de multiples améliorations.

En réalité, la compétition automobile, imaginée dans les années 1890 pour tester les voitures et leurs équipements, lorsqu'elle n'a pas été créatrice d'innovations a été et reste un fort accélérateur des progrès fait pour la voiture de série.

Prenons quelques exemples les plus marquants ces 120 dernières années:

- Engins disputant les courses de ville à ville à la fin du XIX^{ème} siècle chaussés de pneus Dunlop et Michelin, condamnant ainsi les pneus en caoutchouc plein.
 - Lors du Grand Prix de l'ACF en 1906, certains véhicules ont été équipés de jantes démontables Michelin (gain de temps appréciable)
 - La célèbre FIAT 130HP de 1907 avait une cylindrée de 16286 cm³ et développait 130 ch à 1600t/min. Par conséquent une puissance au litre d'environ 8ch. En novembre dernier, Sebastian Vettel, à nouveau sacré champion du monde de F1 au volant de sa Red Bull équipée d'un moteur Renault V8 de 2,4 l développant 750 ch à 18000 t/min. soit un peu plus de 300 ch/litre !
 - Essieux AV et AR rigides puis l'essieu De Dion à l'AR.
 - En 1921, Duesenberg, première voiture de course dotée d'un circuit de freinage hydraulique.
 - 1949, apparition des premiers pneumatiques cloutés durant le rallye de Monte-Carlo.
 - 24 Heures du Mans 1953, remportées par une Jaguar C équipée de freins à disque.
 - 1960, projecteurs à halogène, à l'origine projecteurs de complément des voitures d'endurance et de rallyes, s'imposent sur ces voitures comme projecteurs principaux.
- Après 1965, on les verra se généraliser sur les voitures de série sous forme de lampes du type H4.
- 1975, structures de F1 en fibre de carbone, application à des pièces mécaniques, pickup up Chevrolet en 1987
 - 1977, moteur Renault F1 suralimenté
 - 1981, l'Audi Quattro utilise une transmission intégrale dans le championnat du monde des rallyes.
 - 1983, le constructeur Lotus est le premier à introduire la suspension « active », technologie que l'on retrouve sur des modèles Cadillac, BMW, Lexus et Mercedes.
 - Années 90, arrivée de l'aide à la conduite en F1 : ABS, ASR, ESP, ... et applications sur les voitures de série améliorant ainsi la sécurité passive du véhicule.

La suite dans la prochaine lettre

François Lasalle
flconseil@aol.com

