

El cotxe del futur: autònom, connectat, compartit i ecològic

Patricia Coll | Josep Lluís Micó

“KITTT, recull els nens de l'escola a les sis”. Amb aquesta frase, que emula la manera com el protagonista d'*El coche fantástico*, la mitica sèrie dels vuitanta, cridava al seu cotxe intel·ligent a través del seu rellotge, el director de recerca i desenvolupament de Ficosa, Enric Vilamajó, es pregunta si arribarem a veure escenes com aquestes a la realitat. Tot i que Vilamajó destaca que ningú no pot predir el futur, hi ha indicis que apunten en aquesta direcció: “Els vehicles són cada vegada més autònoms i estan cada vegada més connectats”.

Els experts en fabricació d'automòbils, proveïdors d'automoció i *start-ups* tenen clar que el sector avui està afrontant múltiples reptes. Així ho constaten els directius de Seat, Volkswagen, Nissan, Jaguar Land Rover, Ficosa, el Clúster de la Indústria de l'Automoció de Catalunya (CIAC) i SocialCar, que han participat en les Trobades de *La Vanguardia*, amb la col·laboració d'EY, sota el lema “El futur de l'automòbil, de la venda de cotxes a les solucions de mobilitat”.

“Imaginem el cotxe del futur”, proposa el soci responsable d'Automoció d'EY, Xavier Ferré. “Serà un vehicle amb zero emissions, compartit, autònom i connectat”, pronostica. I tots els altres assenyeixen. Però la transició cap al cotxe del futur comporta, segons Ferré, un “profund canvi” que ja s'està produint i que ve condicionat per factors diversos però confluents, entre els quals destaquen la concentració a les ciutats, la preocupació mediambiental i la mateixa transformació digital.

Davant aquest nou escenari, que evoluciona a passos accelerats i que provoca una gran incertesa, el soci responsable d'automoció d'EY considera que el primer repte que afronta el sector és el canvi de model de negoci, “de la venda de cotxes a la venda de serveis”. Aquesta adaptació, segons la seva opinió, no és una tasca fàcil perquè, tal com explica, es dona en “una indústria madura, que funciona de manera seqüencial, i que està acostumada a ser molt bona en la fabricació i en l'enginyeria, però no tant en els serveis”.

Precisament des de la multinacional de serveis d'auditoria, fiscalitat, assessorament en transaccions i consultoria EY, Xavier Ferré alerta de la importància d'evitar el risc d'una eventual “pèrdua de rellevància i de negoci per al sector”. En aquest sentit, assenyeja que “la indústria de l'automòbil està fent els deures” però ha de ser capaç de continuar adaptant-se al canvi d'hàbits dels usuaris perquè, altra-

ment, hi pot haver la possibilitat que “un fabricant acabi dotant només del hardware al cotxe i que altres, principalment els nous competidors tecnològics, donin el servei”. I on hi haurà negoci serà en el servei, revela.

De fet, les empreses emergents estan “desmitjançant” el negoci i s'estan “posicionant en la relació amb el client”, subratlla Ferré. Aquesta situació porta un canvi de paradigma per a les xarxes de concessionaris, que, segons el responsable d'automoció d'EY, “s'han de reinventar per ser un actor clau en els serveis de mobilitat”. La directora general de Volkswagen Espanya, Laura Ros, destaca que el cotxe “serà el generador de dades més gran de la internet de les coses”, ja que, per a la directiva de la firma alemanya, les dades seran la matèria primera a partir de la qual es generarà el servei.

Per aquesta raó, Volkswagen ha firmat un acord amb Microsoft, amb l'objectiu de convertir-se en socis estratègics en el desenvolupament de flotes interconnectades. Ros agrega que “el cotxe autònom suposarà una transformació

més important que altres a les quals ens enfrontem perquè millorarà el flux de trànsit i afavorirà la reducció de la sinistralitat, ja que la majoria d'accidents es produeixen per errors humans”. En aquesta línia, la directiva de Volkswagen Espanya fa una predicció: “En el futur, tindrem una mobilitat a la mesura de cada pressupost i de cada necessitat”.

El “moment de turbulència i de complexitat tecnològica” en què es troba el sector, segons el director general de Seat, Mikel Palomera, comporta una transformació també per als concessionaris, que “s'hauran d'adaptar no només en l'àmbit tecnològic, adaptant serveis de postvenda, sinó també en les fonts de negoci”.

Mentre que fins ara estaven centrats en la venda del vehicle nou o utilitzat i en els serveis de postvenda, “el futur serà molt més complex i hi haurà serveis de mobilitat i altres lligats al cotxe connectat”. Tot això, segons el seu parer, “ens situa davant un repte important a escala organitzativa”. Així, afirma que aquest serà “un repte molt interessant”. “Els hem d'acompa-

nyar, orientar i proveir de possibilitats de negoci”, adueix Palomera. El director general de Seat a Espanya manté que cal passar “de fabricar cotxes a proporcionar serveis, entenent les necessitats de l'usuari i establint aliances”.

El repte més important del sector, segons el conseller director general de Nissan Iberia, Marc Toro, es troba en la sostenibilitat. “No hi ha cap altre camí que l'electrificació”, destaca. El 2030, d'acord amb les seves estimacions, un 30% dels vehicles seran elèctrics, ja que hi ha “una enorme intenció de compra” en aquest aspecte.

Tot i això, Toro creu que, en aquest àmbit, hi ha d'haver “una feina a diverses mans, entre els fabricants i el sector públic”. El conseller director general de Nissan Iberia assenyeja que la falta “d'infraestructures de recàrrega és el principal bloqueig”. Per això felicita el Govern per haver eliminat la figura del gestor de càrregues, que en dificultava la instal·lació, i anuncia la distribució de carregadors en autopistes per part de Nissan, que ja disposa de punts ràpids en concessionaris i aparcaments de clients.

El president i CEO de Jaguar Land Rover Espanya, Luis Antonio Ruiz, coincideix en l'actual manca d'infraestructures. Ell la interpreta com un impediment perquè l'ús dels vehicles elèctrics es pugui estendre. Per això, veu necessari disposar d'una “xarxa de recàrrega potent i ben distribuïda per resoldre l'inconvenient”.

Malgrat que reconeix que el món de l'automòbil està vivint una “revolució”, Ruiz aconsella al sector “observar amb calma” aquest canvi. D'aquesta manera, totes les modificacions es faran “de manera sostenible”. Posa com a exemple d'això les polítiques relatives al di-

èsel, que “atempten contra la llibertat de compra”. Així mateix, el màxim directiu de Jaguar Land Rover a Espanya especifica que el Brexit és un repte important a curt termini perquè “pot canviar notablement el sistema de distribució de vehicles a Europa”.

Per adaptar-se a aquest entorn canviant, el president del Clúster de la Indústria de l'Automoció de Catalunya (CIAC), Josep Maria Vall, recomana que “cada empresa estableixi el seu pla estratègic i que, a partir d'allà, vagi incorporant les noves tecnologies”.

Per Vall, el procés de digitalització “no és una moda, és una necessitat per créixer i ser més competitiu”. Vall pensa que l'adaptació al canvi és una qüestió “de supervivència, perquè qui no es transforma, no podrà sobreviure”. El president del CIAC assenyeja que la indústria de l'automoció ha “d'adaptar les plantilles actuals”, tenint en compte que, “sense formació, no es podrà aguantar”. Josep Maria Vall explica que els proveïdors tenen un dilema: “El problema és com es fan servir aquestes noves tecnologies. Ells han de pensar on es posen i per a què els serveixen aquestes innovacions”.

El director de Recerca i Desenvolupament de Ficosa, Enric Vilamajó, afirma que és màxima la importància de “saber cap a on anem per veure com afecta el model de negoci”. Només així es pot “gestionar la incertesa”. No obstant això, malgrat el moment de disrupció que travessa el sector, Vilamajó diu que “durant la transició, hi haurà coexistència”.

Per exemple, en el cas del cotxe compartit, el directiu de Ficosa afirma que també “continuarà actiu el cotxe de propietat”. Vilamajó ressalta la necessitat d'adaptació

Mobilitat i zero emissions

En el futur, la mobilitat s'adaptarà a la mesura de cada butxaca i cada necessitat i la tendència dels fabricants és cap al cotxe elèctric: el sector preveu que el 2030 un 30% dels vehicles del parc mòbil espanyol seran elèctrics

===== Taula rodona



Xavier Ferré
Soci responsable d'Automoció d'EY

“Cal preparar les empreses per al canvi que afrontem amb plans d'innovació i de formació”



Luis Antonio Ruiz
President i CEO de Jaguar Land Rover Espanya

“Com a marca tenim clar cap a on volem anar, però que no ens posin pedres al camí”



Marc Toro
Conseller director general de Nissan Iberia

“Cal abordar una transició ordenada cap a una mobilitat intel·ligent de zero emissions”



Mikel Palomera
Director general de Seat a Espanya

“Millorar l'experiència dels nostres clients és una de les claus per al futur i l'èxit del sector”

FÒRUMS

INDÚSTRIA DE L'AUTOMÒBIL



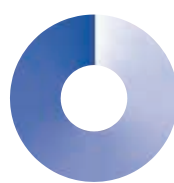
MANÉ ESPINOSA

dels proveïdors amb què treballen actualment els fabricants d'automòbils: "La nostra estructura d'empresa ha de canviar. De fet, la majoria dels nostres enginyers ja són de software". Per aconseguir-ho, el director d'R+D de Ficosa revela: "La paraula màgica és aliança, perquè aquest concepte ens força a pensar en nous models de negoci".

Precisament la col·laboració entre la indústria i els nous actors tecnològics és una de les claus de la transformació digital per a Mar Alarcón, consellera delegada de l'empresa emergent SocialCar,

una plataforma tecnològica de lloguer de cotxes entre particulars que ofereix serveis de mobilitat per optimitzar l'ús de 20.000 vehicles que utilitzen més de 250.000 usuaris en més de 600 poblacions. Alarcón assenyala la conveniència que, entre el sector de l'automòbil i empreses com SocialCar, hi hagi *coopetència*, un neologisme format amb les paraules *cooperació* i *competència* per expressar la cooperació entre rivals.

"Compartim el repte de col·laborar amb la indústria de l'automòbil, ja que ens convertim en prescriptors de marques de cotxes



Trobades
a 'La
Vanguardia'

i obtenim dades d'ús, de manera que sabem el que es diu d'aquell vehicle", reconeix l'emprenedora.

Com serà el cotxe del futur? Com adaptaran fabricants, proveïdors i concessionaris les seves estructures i models de negoci per atendre els seus nous clients? Liderarà el sector la cursa per la connectivitat aprofitant les potencialitats del *big data* i la internet de les coses per oferir serveis? Cooperaran els fabricants i les *start-ups*? Es consolidaran les incipients aliances amb les grans tecnològiques? S'imposarà el vehicle compartit?

Les respostes a totes aquestes

preguntes dibuixaran l'itinerari de la indústria. I també les que aclareixin les incògnites sobre si els cotxes autònoms suposaran un avenç en matèria de seguretat i mobilitat. O el marc regulatori que faciliti aquesta transició. De fet, aconseguiran el sector públic i el privat col·laborar per construir les infraestructures necessàries que impulsin definitivament l'ús de vehicles no contaminants? I s'eliminaran les friccions que impedeixen que s'estengui el vehicle elèctric i altres models sense emissions? "KITT, quin és el teu pronòstic?". ●

=====

El sector de l'automòbil canviarà més en 10 anys que en tota la seva història



Laura Ros
Directora general
de Volkswagen España

"La mobilitat del futur ens permetrà a les marques fer la vida més fàcil als nostres clients"



Josep Maria Vall
President del CIAC (Clúster de la
Indústria de l'Automoció de Catalunya)

"Les noves tecnologies i el canvi de mentalitat dels usuaris estan transformant el sector"



Mar Alarcón
Consellera delegada de SocialCar

"Hem de facilitar la *coopetència*, és a dir, la cooperació entre competidors"



Enric Vilamajó
Director d'Investigació
i Desenvolupament de Ficosa

"La disrupció ja és una realitat, per la qual cosa la transformació és essencial per sobreviure"