



Paris, le 22 avril 2015

PSA Peugeot Citroën et IBM nouent un partenariat afin d'accélérer la commercialisation de nouveaux services reposant sur les véhicules connectés

Une coopération approfondie au niveau mondial en vue de la conception et de la distribution de nouveaux services

PSA Peugeot Citroën et IBM (NYSE : IBM) annoncent un partenariat qui aidera divers acteurs de l'économie de l'Internet des objets à analyser des données afin d'offrir des services à bord des véhicules connectés.

Cet écosystème entièrement nouveau de services connectés permet à PSA, leader européen en nombre de véhicules connectés en circulation, de développer de nouvelles opportunités commerciales pour divers secteurs d'activité, notamment les distributeurs automobiles, les Smart Cities et la grande distribution. Par exemple, les conducteurs et leurs passagers pourront bénéficier de nouvelles informations améliorant la sécurité et le confort de leur mobilité. Les Smart Cities pourront concevoir un service évolué de communication avertissant en direct les automobilistes des travaux sur la route, des déviations et des embouteillages.

Le nombre de véhicules connectés dans le monde devrait augmenter considérablement pour atteindre un quart de milliard à l'horizon 2020¹. Jusqu'à présent, la plupart des innovations ont toutefois principalement porté sur des applications pour smartphones, la navigation et l'assistance routière. IBM et PSA partageront les responsabilités du développement, de la vente et du marketing, ainsi que de l'offre et de la mise en œuvre de ces services auprès des clients, nouveaux ou actuels.

« Nous avons pris conscience très tôt de l'importance des services connectés, dans le cadre de l'Internet des objets, pour l'amélioration de l'expérience client sur nos modèles », déclare Brigitte Courtehoux pour PSA Peugeot Citroën. « En partenariat avec IBM, nous mettons ces services connectés à la portée du grand public, de sorte que les consommateurs puissent bénéficier d'un niveau sans précédent de confort dans leur voiture, tandis que des acteurs de différents secteurs saisiront ces nouvelles opportunités pour offrir des services personnalisés. »

Les deux sociétés élargissent leur partenariat, annoncé l'an passé en vue de développer des services connectés pour les véhicules de PSA, en permettant aujourd'hui à d'autres secteurs et entreprises de proposer de nouveaux services à valeur ajoutée à bord des véhicules. L'accord, d'une durée de 7 ans, porte sur la commercialisation des services déjà disponibles et sur la conception d'une nouvelle génération de solutions techniques nécessaires à l'offre de nouveaux services connectés.

Dans le premier Centre d'innovation, situé à Paris, les ingénieurs des deux entreprises créeront, en collaboration avec les clients, des solutions connectées répondant aux besoins spécifiques de leur activité et de leur clientèle. Ces clients mettront à profit l'interactivité constante avec les véhicules PSA pour développer leur propre activité, trouver de nouvelles sources de revenus ou concevoir des solutions innovantes. Les conducteurs découvriront quant à eux des services efficaces et économiques pour enrichir leur expérience de la mobilité.



« Les solutions destinées à faciliter notre vie et notre travail ont évolué de manière spectaculaire avec l'adoption rapide des mobiles et la montée en puissance de l'Internet des objets », commente Dirk Wollschläger, directeur général, Global Automotive Industry, IBM. « Dans le cadre de ce partenariat avec PSA Peugeot Citroën, nous repoussons encore plus loin les limites de la mobilité afin d'offrir à de nombreux secteurs l'opportunité de concrétiser les promesses de la voiture connectée. »

1. Alfonso Velosa, « Predicts 2015: The Internet of Things », Gartner, 30 décembre 2014.

A propos de PSA Peugeot Citroën

Fort de trois marques de renommée mondiale, Peugeot, Citroën et DS, le Groupe a vendu 3 millions de véhicules dans le monde en 2014. Deuxième constructeur automobile européen, il a réalisé un chiffre d'affaires de 54 milliards d'euros en 2014. Il s'affirme comme leader européen en termes d'émissions de CO₂, avec une moyenne de 110,3 grammes de CO₂/km en 2014. PSA Peugeot Citroën est présent dans 160 pays. Ses activités s'étendent aussi au financement (Banque PSA Finance) et à l'équipement automobile (Faurecia).

Pour plus d'informations, aller sur www.psa-peugeot-citroen.com

A propos de IBM

Pour en savoir plus : www.ibm.fr

Contacts médias :

Service de presse PSA Peugeot Citroën +33 (0)1 40 66 42 00

IBM - Sandrine Durupt +33 (0)1 58 75 17 95
sandrine-durupt@fr.ibm.com