

Le fabricant numérique en Europe

estiment que la révolution numérique
aura des retombées modérées ou

Le fabricant numérique en Europe

Mettre fin au dilemme des services

Rolls-Royce Holdings mène le mouvement. Le deuxième plus grand motoriste au monde tire parti de sa propre expertise dans la maintenance et la réparation de moteurs à réaction et laisse les compagnies aériennes à leur spécialité : l'aviation. Avec un modèle axé sur les résultats, Rolls-Royce est rémunéré sur la continuité d'activité qu'il offre à ses clients plutôt que sur la réparation des moteurs défectueux.¹³ L'un des éléments clés de ce modèle économique est induit par le fait que Rolls-Royce génère davantage de revenus supplémentaires si l'activité des compagnies aériennes est pérenne que lorsque leurs avions sont cloués au sol. Comme le fait remarquer un analyste à propos du service TotalCare de Rolls-Royce, « il ne vend pas des moteurs, il vend de l'air chaud qui sort de l'arrière d'un moteur. »¹⁴

Le dilemme des services

Malgré l'élan clairement constaté, seuls quelques industriels ont réussi à enclencher la transition vers des modèles axés sur les services. C'est ce que nous appelons le « dilemme des services ».¹⁵ Depuis des décennies, il existe un fossé entre la volonté d'adopter les services et la réussite plutôt limitée des initiatives jusque-là entreprises.¹⁶ Les constructeurs de machines et fabricants de biens de consommation souscrivent entièrement à l'adoption de ce modèle, mais estiment qu'à court terme, la croissance des services ne dépassera pas celle des produits. Cela constitue un obstacle majeur qui ralentit l'adoption du modèle orienté vers les services.

Les avancées technologiques favorisent souvent la naissance de modèles économiques dont les bénéfices en termes d'innovation, de rendement, de durabilité et d'économies sont tangibles. Les progrès réalisés notamment sur le plan de l'automatisation poussent les entreprises à repenser leur stratégie globale. En particulier, la nouvelle place des produits et machines connectés dans les stratégies orientées sur les services, et la complexité grandissante qui en découle, créent de nouveaux enjeux et de nouvelles opportunités.

En effet, les initiatives de déploiement de services et la stratégie numérique de l'entreglese4 l'entruisv.(opos dent detamentr)1t tangT[(qui enaut)5.x10.1(oduimenta et ldecontinu)5.2é graJ5.83 0 0 5.83 19

Le fabricant numérique en Europe

Le fabricant numérique en Europe

Mettre fin au dilemme des services

de la prochaine décennie.) Selon nos prévisions, au cours des dix prochaines

Le fabricant numérique en Europe

À l'échelle mondiale, seuls 29 % des sondés estiment que les services devraient se développer plus rapidement que les produits. Cela bien que, dans la vaste majorité des cas, la croissance des services parte de bien plus bas. Là encore, l'Asie est en tête, puisque 40 % des sondés pensent que les

Le fabricant numérique en Europe

Mettre fin au dilemme des services

De nombreux industriels européens n'en sont qu'aux prémices de la transformation numérique et du développement des services. Même si certains ont commencé à connecter leurs machines dans les usines, le partage des données entre les fabricants, les utilisateurs finaux, les tiers, etc. reste complexe. Cela s'explique en grande partie par la proportion de protocoles propriétaires qui freine l'interopérabilité. C'est un problème que

Le fabricant numérique en Europe

ce qui leur fait défaut : les technologies de « production industrielle » comme

Le fabricant numérique en Europe

Mettre fin au dilemme des services
