



Compétitivité des Fournisseurs Aéronautiques Européens

Une analyse conjointe en France et en Allemagne

Extrait

140 fournisseurs en France et en Allemagne ont été interrogés

Cette étude est réalisée dans le prolongement des études de 2012 et 2013. Elle permet de mieux comprendre la compétitivité des fournisseurs aéronautiques et leur maturité quant à l'internationalisation. Elle concerne les fournisseurs basés en France et en Allemagne.

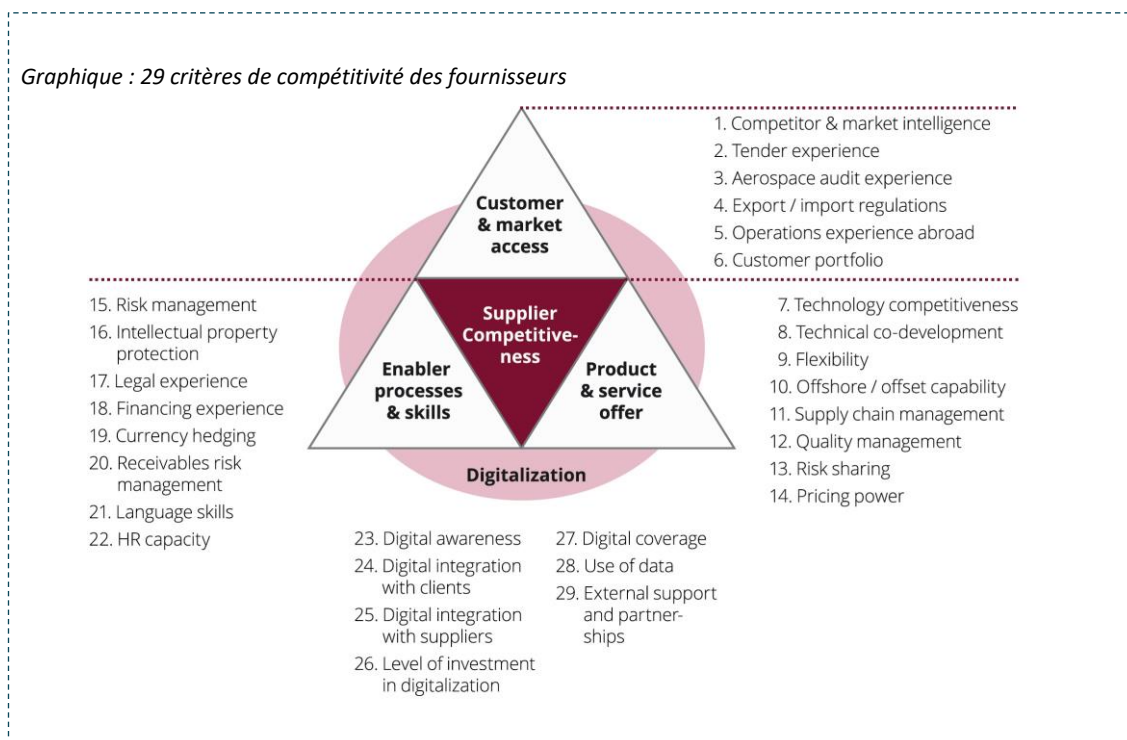
La méthodologie utilisée en 2018 est identique à celle adoptée pour les études précédentes. Une dimension supplémentaire sur la digitalisation a été ajoutée.

Les échantillons français (n = 74) et allemand (n = 66) sont très similaires en termes de taille des entreprises, de niveau sur la supply chain, de segments d'activités comme de segments techniques. Les échantillons sont représentatifs des industries aéronautiques française et allemande.

Une nouvelle dimension sur la digitalisation a été intégrée ; au total 29 critères de compétitivité ont été définis

Dans l'étude 2012/2013, 22 critères de compétitivité ont été définis et organisés en trois dimensions. Cette année, l'étude comprend 29 critères de compétitivité. Les 22 mêmes critères ont été repris pour les trois dimensions d'origine. La nouvelle dimension sur la digitalisation inclut 7 critères de compétitivité supplémentaires.

L'évaluation des fournisseurs selon ces critères nous permet in-fine de prédire la capacité des fournisseurs à se positionner dans le futur, notamment pour l'obtention de commandes à l'occasion de futurs programmes aéronautiques.

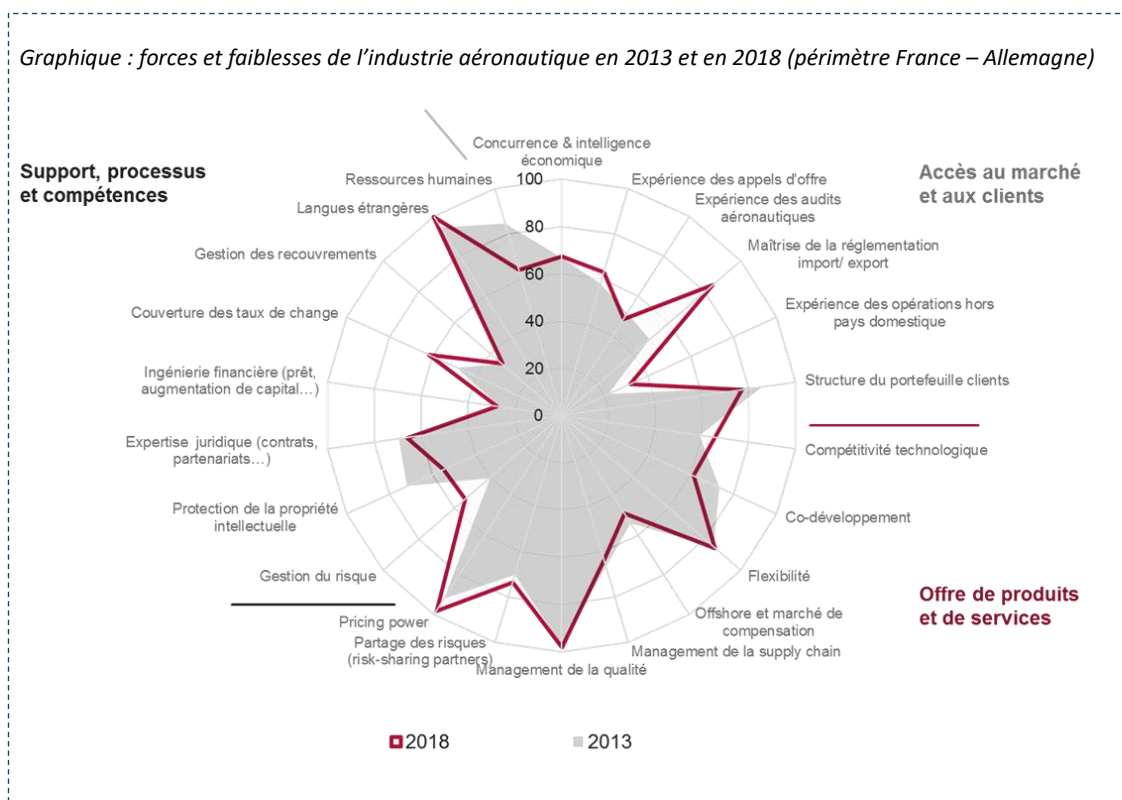


En 2018, les fournisseurs répondent en moyenne à 65% des attentes des donneurs d'ordre (OEMs et Tier-1)

Les forces et faiblesses des fournisseurs ont peu changé au cours des cinq dernières années. Dans l'ensemble, le niveau de maturité a légèrement augmenté. Cependant, pour deux tiers des critères, le niveau de maturité des fournisseurs est encore en dessous du niveau d'attente des donneurs d'ordre.

Les attentes des OEMs et des Tier-1 ont évolué plus rapidement (que la maturité des fournisseurs) : elles ont augmenté d'environ 4% depuis 2013.

En conséquence, l'écart se creuse entre la maturité des fournisseurs et les attentes des donneurs d'ordre.



Le niveau de maturité des fournisseurs français et allemand est presque égal

Les profils des fournisseurs français et allemands sont très proches ; seul 2% de maturité les sépare (les fournisseurs français répondent en moyenne à 64% des attentes des clients et les fournisseurs allemands répondent en moyenne à 66% des attentes des clients). En termes d'évolution, la maturité globale des fournisseurs français est restée stable, tandis que celle des fournisseurs allemands a dans l'ensemble augmenté.

Sur la dimension « Accès client et marché » la maturité des fournisseurs allemands est légèrement supérieure à celle des fournisseurs français. Les fournisseurs français ont dans l'ensemble un portefeuille de clients plus diversifié que les fournisseurs allemands, en raison d'un nombre plus important d'OEMs et de Tier-1 implantés en France. Les fournisseurs allemands n'ont pas un fort marché domestique et ont donc investi dans le développement de

leurs affaires à l'international. Pour ce faire, ils ont concentré leurs efforts sur la « concurrence & intelligence économique », « l'expérience des appels d'offre » ainsi que sur la « maîtrise de la réglementation import/export ».

Sur la dimension « Offre de produits et de services », les fournisseurs français sont plus matures en matière de « management de la supply chain » et de « management de la qualité ».

Enfin, sur la dimension « support, processus & compétences », un écart important est perceptible entre les niveaux de maturité français et allemand sur le critère « ressources humaines » – les entreprises allemandes ont plus de facilité pour trouver du personnel qualifié pour faire grandir les entreprises.

La transformation numérique a commencé

Les fournisseurs ont pris conscience de l'importance de la digitalisation pour l'industrie. En moyenne, plus de 10% de leurs investissements annuels totaux sont destinés au digital. Ils ont compris la nécessité d'une intégration digitale avec leurs clients et fournisseurs et la mettent effectivement en œuvre (ex : Airsupply). Le prochain défi consiste à étendre cette intégration à tous les niveaux de la supply chain.

En termes de couverture digitale, les fournisseurs se concentrent sur un nombre limité de domaines fonctionnels, principalement sur les opérations. Ils font preuve d'une approche très pragmatique, en ligne avec la priorité d'optimisation de la performance opérationnelle.

Dans un avenir proche, ils vont devoir s'appuyer sur l'ensemble de l'écosystème disponible (ex : startups, universités, etc.) pour soutenir leurs efforts en matière de digitalisation. Enfin, l'utilisation des données deviendra un enjeu de plus en plus important, même s'il est pour l'instant encore trop peu prioritaire.

Nous avons défini 3 positionnements (zones) possibles de fournisseurs quant aux gains d'affaires dans les prochaines années. Dans l'environnement de marché actuel, l'accès aux zones de « qualification » et de « gain » de commandes est plus difficile : 50% des fournisseurs seulement sont susceptibles de rester des partenaires commerciaux des OEM et Tier-1

En 2013, 60% des fournisseurs étaient éligibles en tant que futurs partenaires commerciaux. En 2018, seuls 50% restent dans les zones de qualification et de gain de commandes futures.

Positionnements	2013	2018
Zone de gain de commandes	9%	7%
Zone de qualification pour les commandes	51%	43%
Zone d'exclusion	40%	50%

Informations

EAPI – European Aerospace Platform Initiative – est une équipe internationale de plus de 25 experts en aéronautique et en aérospatial engagée à fournir des résultats exceptionnels.

Notre équipe rassemble un ensemble complet d'expériences qui couvre l'ensemble de la chaîne de valeur aéronautique et aérospatiale.

Nous travaillons en collaboration avec nos clients au quotidien pour les aider à transformer et optimiser leurs activités et à devenir des organisations pérennes et apprenantes.

EAPI a été initié par h&z et Kea & Partners en 2017 et est soutenue par la Transformation Alliance (alliance de cabinets de conseil centrée en Europe qui rassemble plus de 500 consultants et 14 bureaux à travers le monde).

Auteurs

L'équipe Kea & Partners : Sébastien Maire, François Maisonneuve, Oriane Dintrans

L'équipe h&z : Michael Santos, Jochen Schmid, Steffen Wenzel, Florian Offergeld