

Startups, relevez le challenge d'une mobilité plus verte, sûre et connectée avec Continental

De quoi sera faite la conduite de demain ? Dans un contexte d'urbanisation croissante ou l'environnement et la sécurité priment et où les nouvelles technologies redessinent nos usages, l'équipementier automobile Continental s'adresse aux startups françaises pour relever le défi d'une mobilité plus verte, plus sûre et plus connectée.

Temps de lecture : minute

6 novembre 2018

Avec le lancement de la seconde édition de son Startup Challenge, Continental confirme son ambition de s'entourer des startups françaises pour accélérer l'innovation dans son secteur et proposer des produits toujours plus performants et qui répondent aux attentes du marché. Connue principalement pour ses pneumatiques, la multinationale allemande travaille depuis des années sur les sujets de conduite automatisée, de mobilité électrique ou encore de sécurité et de digitalisation. Son objectif ? Construire un "Future in Motion".

Avec un chiffre d'affaires de plus de 44 milliards d'euros en 2017 et 243 000 employés à travers le monde (60 pays), Continental figure parmi les premiers équipementiers automobile du monde. En tant que partenaire de l'industrie automobile, le groupe conçoit et assemble des systèmes innovants pour un futur dans lequel mobilité et plaisir de conduire seront en adéquation avec la sécurité, l'environnement et l'efficience. Pour cela, rien de mieux que de se rapprocher des startups et travailler à leurs côtés. Dans cette optique, Continental a lancé son propre concours

l'année dernière : le Startup Challenge.

Un concours pour 4 thématiques

Après une première édition sous le signe de l'intégration du véhicule électrique dans le smartgrid, Continental revient avec une saison 2 qui s'articulera autour des 4 axes stratégiques du groupe :

- Clean mobility : Continental participe en fournisseur leader à l'électrification massive du parc automobile des constructeurs. Pour aller plus loin, il devient primordial aujourd'hui d'étudier l'interconnexion avec l'environnement du véhicule : les bornes de recharge publiques ou dans les résidences, le smartgrid et sa capacité à anticiper et gérer la demande énergétique, mais également les habitudes des usagers, au centre de cette révolution verte.
- Connected vehicle : les véhicules deviennent ultra-connectés et Continental s'est organisé avec la création en 2016 de l'entité " Continental Digital Services France " afin de traiter le sujet des données massives et de leur exploitation en services pour l'utilisateur, que ce soit pour des raisons de sécurité ou à des fins de divertissement.
- Safe mobility : Continental a toujours cultivé le gène de la sécurité sur la route, étant un acteur historique de l'équipement pneumatique et du freinage. La croissance du groupe et sa diversification vers l'électronique embarquée l'a naturellement poussé à développer les solutions les plus avancées d'aide à la conduite, qui coopèrent dans le véhicule et en dehors dans le cloud, afin de réduire le nombre de fatalités routière. Le groupe avance aussi sur les questions de maintenance prédictive ou encore de cybersécurité.
- Processes digitalization / Usine 4.0 : comme toute entreprise industrielle et commerciale, Continental est en constante recherche de solutions qui vont simplifier et automatiser ses processus tertiaires comme les ressources humaines, le juridique, les achats etc, mais

aussi de solutions qui répondent aux défis de l'usine du futur.

“Nous avons voulu d’une part élargir le nombre de sujets en demandant à l’ensemble de nos business units et fonctions centrales présentes en France de proposer des axes de travail. Celles-ci ont bien joué le jeu, car elles nous ont proposé pas moins de 29 beaux sujets !” précise Philippe Maria, Business Growth & Market Intelligence et pilote du projet au sein de Continental. Par ailleurs, le groupe a souhaité clarifier sa démarche vis-à-vis des startups : *“il ne s’agit pas d’une opération de communication comme certains concours peuvent l’être. Bien sûr, la communication fait partie du jeu et doit avoir lieu, mais notre premier objectif reste bien d’aller vers une collaboration concrète avec le vainqueur, sous la forme d’un proof of concept. Il s’agit donc bien de faire en sorte que la technologie proposée par la startup soit adaptée au monde de l’automobile pour le plus grand profit des deux acteurs”* ajoute Philippe Maria.

Une dotation sur le terrain

Avec le gagnant, Continental s’engage à réaliser un POC (Proof of Concept) et lui faire ainsi bénéficier de leur expertise et de leur réseau d’experts stratégiques et opérationnels. Pour les deux autres lauréats de cette deuxième édition, un accompagnement sur-mesure est prévu par les équipes de l’équipementier automobile afin de les aider dans le développement de leur projet.

“L’idée n’est pas d’avoir un vainqueur par verticale, mais de sélectionner le projet le plus concret possible faisant avancer significativement l’un des 29 sujets le temps d’un PoC”. Philippe Maria

Les startups intéressées ont jusqu'au 15 décembre à 23h59 pour participer et tenter de passer l'étape de pré-sélection qui aura lieu du 16 décembre au 15 janvier 2019, pour ensuite accéder à la phase finale et pitcher leur projet le 21 février et défendre leurs PoCs envisagés au côté de Continental. Une soirée de Cérémonie de récompense aura ensuite lieu le 21 mars 2019 pour annoncer les 3 vainqueurs.

[Pour participer au Startup Challenge, c'est par ici](#)

Maddyness, partenaire média de Continental.

Article écrit par Maddyness, avec Continental