CERGY, FRANCE, 08 MARS 2022

ABB, un leader de l'électrification et de l'automation « durablement » engagé

Candice Robert, Directrice de la Communication ABB France explique la stratégie durable de la société et dévoile quelques-unes des innovations prévues en 2022.

Acteur majeur de l'électrification, ABB développe des solutions pour aider ses clients à optimiser la gestion des ressources et met à leur disposition sur le marché français des innovations mondiales sur ses domaines d'activité. Candice Robert, nommée à la direction communication d'ABB France et marketing Electrification ABB France en novembre 2020 après une carrière dans la mobilité, revient sur les principaux enjeux marketing chez ABB et la stratégie du groupe helvético-suédois dans l'hexagone.

A l'aube de cette nouvelle année, ABB présente ses enjeux marketing et les transformations qui vont être menées dans les années à venir. Le premier objectif consiste à simplifier le discours et ainsi aider les clients à comprendre les enjeux dans lesquels ABB s'implique et œuvre dans une démarche durable. En deuxième point, le groupe helvético-suédois compte développer son chiffre d'affaires par le biais du marketing digital. D'une part grâce au partage de contenu ciblé et automatisé et d'une autre, en améliorant le référencement chez les revendeurs. En 2021, c'est plus de 20 % du chiffre d'affaires qui a été réalisé en ligne chez certains distributeurs, tandis que 61% de toutes les transactions B2B commencent désormais en ligne [1].

« Peu de gens savent que nous sommes leader sur le transport durable sous toutes ses formes, que nous publions un livre blanc par semaine grâce à nos experts et ingénieurs. Notre objectif est de traduire les innovations technologiques en termes simples, pour faire comprendre les enjeux au plus grand nombre », explique Candice Robert.

Un plan stratégique Durabilité qui englobe le progrès social

À l'échelle globale, ABB est mobilisé sur la gestion la plus efficace possible des ressources au sens large, notamment via le développement de solutions technologiques très innovantes d'électrification et d'automation pour ses clients, et ce, dans un environnement où performance et bienveillance cohabitent.

Pour atteindre ses objectifs de marge opérationnelle de 15% en 2023, ABB s'appuie à la fois sur sa croissance organique, mais aussi sur le rachat de sociétés. En France, le déploiement du plan stratégique 2022 du groupe se décline à travers quatre piliers. Le premier concerne la sécurité et le bien-être des employés, avec par exemple l'allongement du congé paternité à 28 jours calendaires payés à 100%. Le deuxième pilier concerne le développement du chiffre d'affaires sur quatre filières : l'automobile, l'hydrogène, les nouveaux systèmes énergétiques et les solutions pour l'industrie du futur. Le troisième

[1] Source : Accenture 2021

pilier est le développement de l'attractivité de la France à l'échelle du groupe, avec une meilleure communication sur les potentiels du marché français et la participation souhaitée dans des start-ups.

Enfin, une série d'actions seront mises en place pour atteindre les objectifs de durabilité à 2030 « Nous visons l'inscription de 80 % de nos solutions dans une démarche d'économie circulaire en 2030 », que ce soit au niveau de l'approvisionnement des matériaux, de l'allongement de la durée de vie, du reconditionnement ou du recyclage » détaille Candice Robert.

Parmi les innovations d'ABB en 2022

A l'image des téléphones, la « smartisation » devient de plus en plus importante dans le bâtiment qui devient une véritable plateforme de services. La solution « Building Ecosystem » qui s'articule autour de l'openBOS® d'ABB (BOS pour Building Operating System) devrait voir le jour en 2022 : ces solutions permettront de connecter aisément via une market place toutes les applications du bâtiment faisant du smart building une réalité de services.

Concernant la mobilité, le prototype de la borne de recharge la plus rapide au monde, la Terra 360 sera mis à l'essai en 2022 en France. Elle est capable de recharger 100 km d'autonomie en 3 minutes. Cette innovation complète la gamme de charge d'ABB, qui couvre tous les usages, y compris la recharge à domicile de plus faible puissance.

Dans l'industrie, ABB propose un nouveau tableau basse tension nommé NeoGear. Il se caractérise par un jeu de barres révolutionnaire pour la distribution sécurisée et intelligente de l'électricité. NeoGear affiche une réduction de l'emprise au sol de 25 %, une baisse des émissions de chaleur de 20 % et 30 % d'économies sur les coûts opérationnels.

Les robots ABB vont développer leur implantation dans les usines françaises, notamment les cobots comme GoFa, capables de porter jusqu'à 5 kg ou encore YuMi sélectionné comme référence par des start ups industrielles de pointe telles que Kickmaker.

Enfin, ABB entend équiper les installations de l'hexagone avec ses moteurs à haut rendement, indispensables pour réduire les consommations énergétiques et les émissions à grande échelle. Candice Robert conclut : « l'adoption massive de ces technologies à haut rendement permettrait de réduire de 10 % la consommation mondiale d'électricité, l'équivalent de plus de 40 % des objectifs de réduction des gaz à effet de serre fixés par l'accord de Paris pour 2040. ».

ABB (ABBN : SIX Swiss Ex) est une entreprise leader mondial des technologies qui dynamise la transformation de la société et de l'industrie afin de bâtir un futur plus productif et durable. En connectant des logiciels à son portefeuille de solutions d'électrification, de robotique, d'automation et de mobilité, ABB repousse les limites de la technologie afin d'offrir un niveau de performances inégalé. Fort d'un héritage d'excellence de plus de 130 ans, ABB doit notamment son succès à ses 105 000 collaborateurs talentueux répartis dans plus de 100 pays. www.abb.com

—

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

ABB France
Candice Robert
Directrice Marketing et Communication
Email: candice.robert@fr.abb.com

Infocom Industrie
Amel Karim
Attachée de presse
Tél. : +33(0)4 72 33 65 98
Email: amel.karim@infocom-industrie.fr