

# Flottes vertes

## Nouvelles mobilités

# Coûts minimales et bénéfices immatériels

**Autopartage, covoiturage, VAE et autres deux-roues se développent en entreprise à des rythmes plus ou moins soutenus. Proposés à des coûts abordables, ces services permettent d'améliorer l'attractivité de l'entreprise, de renforcer son image en matière de RSE et d'affirmer son caractère résolument moderne. Autant d'avantages difficiles à quantifier.**

**A**dopter les nouvelles solutions de mobilité ne va pas de soi. « La plupart des entreprises y vont à marche forcée, observe Marie-Hélène Benarouch, consultante achats et mobilité opérationnelle pour le cabinet de conseil EPSA. Ou alors leurs obligations liées à la RSE sont très fortes, comme dans le secteur public. Mais les trois quarts s'en préoccupent peu. » De fait, les entreprises n'ont pas encore toutes témoigné un grand intérêt pour ces nouvelles mobilités. Mais quand elles vont s'apercevoir qu'aller voir les clients avec un véhicule coûte de plus en plus cher, leur point de vue pourrait évoluer du tout au tout. « Les normes CAFE renchérissement le TCO d'un véhicule et le covid-19 accélère l'évolution des pratiques », estime Marie-Hélène Benarouch.

### Le plan de mobilité employeur

Autre obligation pour les entreprises : celles de plus de cinquante salariés doivent définir un plan de mobilité employeur (ex PDM), ce qui les oblige à se pencher sur les nouvelles mobilités. Avec à la



© Colorlife

clé une étude des déplacements des salariés. Dans le cadre de ces plans de mobilité employeur, Alphabet réalise des audits et met en œuvre des actions ciblées pour ses clients. Mais avant de se lancer, ce loueur conseille aux entreprises d'étudier les solutions existantes et les besoins réels. Alphabet cite une entreprise de 150 salariés située en région Rhône-Alpes et dont les bureaux sont distants de plus de 50 km d'un centre urbain. Dans ce cas, les vélos à assistance électrique (VAE) ne trouveront

par leur place. En revanche, ces VAE seront pertinents pour une société dont les locaux se trouvent dans le centre de Grenoble. « Dans le même secteur d'activité, les besoins des entreprises peuvent varier du tout au tout, argue Laurent Petit, chef du département marketing et business development d'Alphabet. L'écosystème de mobilité à mettre en œuvre est plus ou moins complexe selon la zone géographique dans laquelle il s'inscrit, selon la manière dont les collaborateurs circulent, selon les énergies uti-

lisées, électrique ou autres, selon les besoins en termes d'emport. Tout dépend des usages. » Autre recommandation, cette fois en provenance de Klaxit : si plus de la moitié des collaborateurs viennent au bureau en voiture, l'entreprise est éligible aux nouvelles mobilités. « Mais si une société située dans Paris compte seulement 5% de collaborateurs qui viennent au bureau en voiture, le covoiturage ne s'imposera pas, prévient David di Nardo, directeur du développement de ce spécialiste du covoiturage. Idem pour l'autopartage quand le parc ne compte que des véhicules de fonction. Le covoiturage ne prendra pas non plus s'il vient en concurrence avec le remboursement des IK. »

### La question des usages

La réussite passe par une analyse préalable des usages, par la définition d'objectifs précis et par l'implication des collaborateurs dans la démarche. Car les salariés sont les seuls à savoir si la solution est réellement pertinente. Elle doit donc bénéficier d'un accompagnement et l'entreprise doit se montrer prosélyte. Sans l'adhésion des collaborateurs, les coûts ne seront pas contrebalancés par les bénéfices. À vous de jouer! ...

## COVOITURAGE ET COVID-19

Sur le covoiturage, le covid-19 a eu un lourd impact. Jusqu'au premier confinement, Karos enregistrerait chaque mois une hausse de 15% du nombre de covoiturages. « Le 17 mars, nous avons perdu 90% de notre activité du jour au lendemain, déplore Olivier Binet, co-fondateur et président de ce prestataire. Nous avons conservé l'AP-HP et le centre hospitalier de Versailles au moment où les transports publics avaient réduit la

voiture. » Depuis, l'activité a repris et Karos est revenu à la moitié des volumes de la période précédant le confinement, avant de connaître une nouvelle baisse depuis le deuxième confinement mais, cette fois, d'un moindre ampleur. « Karos dispose d'une trésorerie suffisante pour passer le cap et nous restons convaincus que le covoiturage est une tendance de fond qui va s'installer sur le long terme », assure Olivier Binet.

## FLOTTES VERTES TCO des nouvelles mobilités

### EMBARQUER LES COLLABORATEURS DANS LE COVOITURAGE

Avec le covoiturage, entreprises et collectivités poursuivent plusieurs objectifs. Certaines font face à des problèmes d'accessibilité et veulent aider les salariés à rejoindre leurs bureaux quand les transports en commun font défaut. D'autres veulent redonner du pouvoir d'achat à leurs collaborateurs en mutualisant les coûts des parcours entre domicile et travail. Certaines s'en servent pour désengorger des parkings saturés. Mais ces entreprises veulent aussi enrichir leur PDE, agir en faveur de leur RSE, limiter leur empreinte carbone en diminuant le nombre de véhicules à la route, et améliorer leur image de marque.

Sans oublier qu'en limitant le trafic, le covoiturage limite les risques d'accident, autant d'éléments positifs au regard de la RSE. Autre avantage, le covoiturage renforce la cohésion des collaborateurs et constitue de fait un outil aux mains des DRH.

### Le covoiturage, un outil RH

« Le covoiturage ne doit pas être envisagé comme un coût supplémentaire mais s'affirmer avant tout comme un levier pour fidéliser et recruter les talents », insiste David di Nardo pour Klaxit. Le portefeuille de clients de ce prestataire compte 300 entreprises et plus de 1 million d'utilisateurs. 2 millions de trajets sont proposés chaque jour. Depuis un an et demi, l'activité se développe auprès des autorités organisatrices du transport. Aujourd'hui, Klaxit travaille avec vingt de ces collectivités. Pour que le covoiturage s'impose, il doit aussi apporter un réel avantage aux collaborateurs : leur motivation doit être suffisamment importante pour abandonner le confort de leur voiture en solo. Ainsi, l'entreprise peut-elle leur offrir une place de parking à l'arrivée ou un forfait mobilités durables qui prend en charge tout ou partie des frais engagés par le conducteur et ses passagers. Selon Klaxit, le covoiturage revient à 0,10 euro du kilomètre avec un coût minimum de 2 euros. Pour le collaborateur, ce montant peut être équivalent aux frais de carburant engagés s'il prend son propre véhicule. Avec le forfait



mobilités durables, il ne verse plus que 1 euro et voit l'avantage économique réel du dispositif. Pour la réussite du projet, le conducteur ne doit pas non plus faire de détour et le passager doit être embarqué à sa porte. Autre condition de la réussite, huit à neuf personnes sur dix doivent trouver le trajet qu'ils recherchent. Sinon, le covoiturage risque l'échec.

### Des gains pour les collaborateurs

Au-delà du TCO, le covoiturage doit être intégré dans le TCM (Total Cost of Mobility). Le retour sur investissement doit prendre en compte les gains pour les collaborateurs. En mutualisant les frais de transport, le covoiturage leur apporte un appel d'air financier. L'économie mensuelle atteint 97 euros en moyenne. Le covoiturage réduit aussi de 26 minutes le temps de trajet en moyenne quand les collaborateurs employaient auparavant

les transports en commun. « Les collaborateurs arrivent plus détrempés au travail, leur temps de présence croît de seize minutes et ils s'impliquent davantage. Un projet de covoiturage amène à redistribuer davantage que la somme investie », fait valoir Lucie Mandile, directrice régionale Sud-Ouest du prestataire de covoiturage Karos. Enfin, exonéré de charges sociales et fiscales, le covoiturage peut aussi être pris en charge dans le cadre du forfait mobilités durables dont le montant maximal se monte à 500 euros dès 2021.

Pour retirer tous les bénéfices du covoiturage et bien dimensionner le projet, l'entreprise doit clairement définir ses objectifs. Ensuite, elle doit s'emparer de la méthodologie développée par son prestataire. Première question : qui va s'occuper du service ? Il est important qu'une personne en soit responsable en interne, qu'elle joue un rôle dans la campagne de communication

et porte le message auprès de la communauté. « Lorsque le service rencontre le succès, 50 à 60 % des inscrits covoiturent plus de cinq fois par semaine. Le succès se mesure à la manière dont les collaborateurs s'emparent du projet et, plus précisément, au nombre d'inscrits et de trajets », explique Lucie Mandile pour Karos. Karos travaille avec 150 clients dont une dizaine de collectivités territoriales. Au total, la plate-forme gère les trajets de 150 000 collaborateurs et agents.

### Un coût faible pour l'entreprise

Pour Karos, le coût de la solution pour l'entreprise varie de 5 000 à 70 000 euros. Cette enveloppe correspond à un abonnement qui, au cours de la première année, inclut la définition du projet, sa mise en place et la licence d'exploitation. Ensuite, Karos répercute des coûts informatiques liés aux volumes de données qui transitent par ses serveurs. La fourchette reste large pour tenir compte de situations contrastées. Installer une solution sur quatre sites différents et pour 20 000 collaborateurs n'implique pas les mêmes déploiements que pour un unique site de 500 personnes. Selon Klaxit et pour un site de 1 000 personnes, le covoiturage coûtera quelques milliers d'euros. Cette enveloppe inclut les outils informatiques tels que l'application pour les salariés auxquels s'ajoutent les ressources humaines nécessaires à l'accompagnement au changement. « Les entreprises négligent trop souvent ce dernier point, insiste David di Nardo. Or, il est difficile de changer les habitudes et cela demande un investissement. » Pour y parvenir, Klaxit détache des consultants auprès des salariés. ■■■

## LES LIMITES DES NOUVELLES MOBILITÉS

Avec les nouvelles mobilités, évaluer et suivre le TCO n'a rien de simple. « Pour l'autopartage, le TCO est délicat à gérer et il est mouvant », explique Marie-Hélène Benarouch, consultante achats et mobilité opérationnelle pour le cabinet de conseil EPSA. Outre le véhicule, le coût de l'autopartage intègre en effet le dispositif technique : boîte à clés, système de badges, appli ou autres. Et il existe beaucoup d'incertitudes sur l'état dans lequel est laissé le véhicule si le service n'est pas géré dans les règles de l'art. Mal piloté, un service d'autopartage pèse davantage sur les budgets que des véhicules attribués. Sans oublier

que la mise en place de l'autopartage doit se faire par étapes pour obtenir un nombre de véhicules suffisants, ce qui évite aux salariés de se retrouver sans voiture.

Sur le crédit mobilité, Marie-Hélène Benarouch se montre sceptique : « Les entreprises n'y ont aucun avantage économique et les salariés n'en voient pas l'intérêt. Sur 100 euros, vous devez en retirer 60 de charges salariales et sociales et de frais de gestion, et les avantages en nature sont plus élevés. Le solde qui subsiste dans l'enveloppe du collaborateur a un intérêt limité », pointe-t-elle. À peser.

## FLOTTES VERTES TCO des nouvelles mobilités

• Pour la réussite de leur mission, ils doivent bénéficier d'un soutien indéfectible du management. Sur ce sujet, Karos rappelle que plus l'animation autour du projet est complexe, plus la campagne de communication est sophistiquée, plus les coûts augmentent.

### BtoB ou BtoC ?

Une précision d'ALD Automotive qui dispose d'une offre de covoiturage baptisée ALD Community. « Ce service fonctionne moins bien en BtoB qu'en BtoC, constate Guillaume Maureau, directeur général adjoint d'ALD France. Le concept a du mal à prendre dans les centres urbains et péri-urbains mais fonctionne davantage dans les territoires ruraux. »

### L'AUTOPARTAGE POUR MUTUALISER LA FLOTTE

Les entreprises s'équipent en autopartage pour mutualiser leurs véhicules de service et réduire leur empreinte environnementale. Avec des motivations avant tout économiques : elles cherchent à optimiser le taux d'utilisation de la flotte. Certaines ont recours à l'autopartage pour les déplacements à l'intérieur d'un seul site. D'autres pour partir à la rencontre de leurs clients.

« Cette solution permet de remplacer les anciens véhicules employés en pool ou les voitures attribuées à un seul conducteur », expose Laurent Petit pour le loueur Alphabet qui propose l'offre d'autopartage AlphaCity. « Un véhicule partagé se substitue à une dizaine utilisés à titre individuel », valide Silvia Stoilova, directrice marketing d'Ubeeqo. Spécialiste de l'autopartage, Ubeeqo est à la tête de 750 véhicules en BtoC et de 500 unités en BtoB. Soixante entreprises et 1 000 utilisateurs font appel à ses solutions. Ces chiffres ont doublé au cours des douze derniers mois.

### Alléger la gestion

Autre avantage mis en avant par Ubeeqo : le prestataire s'occupe de toute la gestion et libère l'entreprise d'un travail administratif chronophage. Grâce à des outils spécifiques, Ubeeqo analyse aussi les usages et adapte les véhicules aux besoins pour abaisser encore le TCO. L'autopartage génère également des économies sur les frais de taxis, de VTC ou de LCD. Selon Ubeeqo, le coût d'un ser-



© ProStockStudio

vice d'autopartage se décompose en trois lignes budgétaires principales. La première couvre le loyer du véhicule, la deuxième, la partie technologique. Enfin, la dernière enveloppe comprend les frais de maintenance. Chez Ubeeqo, le TCO de l'autopartage varie de 500 à 700 euros par mois et par véhicule. Selon les choix du client, ce montant sera plus ou moins élevé. À titre d'exemple, la mise en service de modèles électriques demande davantage d'accompagnement et donc de frais.

ALD commercialise aussi son offre d'autopartage ALD Sharing, une solution facturée 29 euros par mois auxquels s'ajoute la location du véhicule. La solution se veut encore plus économique quand l'entreprise ouvre l'accès au service le soir, le week-end et les vacances, et facture ces utilisations personnelles. Le salarié paie alors sa quote-part via l'application et la somme collectée est restituée à l'entreprise. ALD Sharing ras-

semble 200 à 300 véhicules dont une quarantaine pour le ministère des Armées.

### La question des gains

L'autopartage génère aussi des bénéfices en termes d'image de marque pour un employeur. « Il y a une dizaine d'années, les spécialistes de l'autopartage insistaient sur les économies réelles. Aujourd'hui, ils mettent en avant la capacité de l'autopartage à apporter un service aux collaborateurs », observe Guillaume Maureau. Mais attention : « Pour obtenir ces gains, l'entreprise ne doit pas mentir à son écosystème en lançant l'autopartage sans s'en occuper, prévient Laurent Petit pour Alphabet. Si l'entreprise déploie l'autopartage, elle doit le mettre à la disposition de ses collaborateurs pour les utilisations personnelles. »

Chez Ubeeqo, cette ouverture à des utilisations personnelles ne nécessite pas d'investissement

supplémentaire : elle est intégrée à l'offre standard. Des entreprises excluent les utilisations personnelles, d'autres offrent cette possibilité le soir et le week-end à leurs collaborateurs, voire demandent une participation. « Dans ce dernier cas, nous prélevons le montant dû et nous le reversons dans sa totalité à notre client », indique Hubert de Roll Montpelier, directeur d'Ubeeqo France. Les entreprises ont été les premières à adopter l'autopartage. Mais les particuliers ont pris le relais et l'autopartage BtoB continue de croître. Quant à l'évolution des coûts, elle suit une pente descendante : la taille des véhicules diminue et la concurrence continue à tirer les prix vers le bas. Parallèlement, devenue mature, la technologie dégage des bénéfices pour les prestataires comme pour les clients.

### Une réflexion préalable

Pour conclure, une recommandation : avant de consulter les différents prestataires d'autopartage, l'entreprise doit rédiger un cahier des charges où figurent le type de véhicule recherché, le nombre d'unités requises, l'énergie souhaitée et le mode d'accessibilité. Les utilisations personnelles seront-elles autorisées ou non ? Le document de travail doit définir les raisons pour lesquelles l'entreprise se dirige vers la mutualisation.

### LE CRÉDIT MOBILITÉ S'IMPOSE DOUCEMENT

Le crédit mobilité rencontrerait un intérêt grandissant au sein des entreprises. C'est en tout cas le constat d'Ubeeqo qui commercialise cette prestation. Ces douze derniers mois, le nombre de contrats gérés par ce prestataire a ainsi été multiplié par deux. Le ...



© Jazpong Monstrong

## FLOTTES VERTES TCO des nouvelles mobilités

.. principe: le crédit mobilité met à disposition d'un collaborateur, en lieu et place de sa voiture de fonction, un volant de services: véhicule en général électrique, véhicule thermique pour les week-ends et congés, transports en commun, LCD, taxis, VAE, etc. « La taille du véhicule de fonction et donc le TCO associé ont tendance à baisser et le choix des salariés s'oriente de plus en plus vers l'abandon de la voiture individuelle au profit d'un accès à une offre multimodale, avance Hubert de Roll Montpellier. Dans ce contexte, le crédit mobilité progresse mécaniquement. »

### Des véhicules sur mesure

Ubeeqo peut aussi gérer leurs crédits mobilité pour ses clients BtoB. Le montant de l'enveloppe correspond à la différence entre le TCO du véhicule de fonction initial et celui du véhicule plus compact désormais employé par le collaborateur. « L'objectif est de réduire le poids du parc automobile en adoptant des modèles plus petits, mais aussi électriques », reprend Hubert de Roll Montpellier. En toute logique, le crédit mobilité permet aussi aux entreprises d'accompagner leurs collaborateurs vers la mobilité électrique sans rupture de service pour les longs voyages des week-ends ou des vacances.

Sous la marque ALD Switch depuis trois ans, ALD Automotive propose un crédit mobilité à ses clients. Au départ, cette offre a été lancée pour offrir soixante jours de véhicules thermiques dans l'année à des collaborateurs conducteurs de véhicules élec-



© Colorify

triques, afin de ne pas souffrir d'une autonomie trop limitée par exemple lors des week-ends et des vacances.

Pour les collaborateurs dont la voiture de fonction offre peu de volume, ALD Switch fournit un véhicule plus spacieux quand ils en ont besoin. Aujourd'hui, le loueur gère plus de 250 contrats de ce type. Avec deux formules: pour 80 euros par mois, la première donne droit à trente jours d'un véhicule thermique de type Peugeot 3008, et à soixante jours d'un véhicule de type Land Rover Discovery Sport en version premium. « Si le collaborateur abandonne un SUV premium contre une berline électrique enrichie d'un crédit mobilité, le coût s'équilibre pour l'entreprise », estime Guillaume Maureau pour ALD France.

### Un préalable: analyser les besoins

Mais pour que le crédit mobilité rencontre le succès, l'entreprise doit se demander pourquoi elle veut le déployer. Le véhicule de fonction a en effet un aspect statutaire et une dimension d'usage. Si un collaborateur a besoin d'un modèle spacieux pour sa famille de quatre enfants et qu'il parcourt de longues distances chaque jour, il ne renoncera pas à sa voiture de fonction. Un couple dégagé des obligations parentales et habitant dans un environnement urbain sera davantage enclin à basculer. L'entreprise donc devra analyser les besoins de ses salariés avant de choisir telle ou telle solution de mobilité. Quant au coût, il se compose des frais de déplacement (taxis, LCD, train,

etc.) auxquels s'ajoutent entre 2 et 10% de frais de gestion, selon Ubeeqo.

### LES VAE FONT LEUR ENTRÉE

Les vélos à assistance électrique (VAE) montent en puissance. Les entreprises les plébiscitent en effet dans le cadre de la LOM pour remplir leurs obligations en matière de mobilité, en prenant une partie des loyers en charge. ALD Automotive s'apprête d'ailleurs à lancer son offre de LLD de VAE avec un loyer qui atteindra une centaine d'euros par mois. Conscientes des coûts de ces nouvelles mobilités, les entreprises les considèrent souvent comme des investissements: des VAE vont leur donner une image d'entreprise moderne et renforcer l'attractivité de leur marque employeur.

« Les employeurs ont besoin d'offrir des solutions de mobilité pour être attractives et, avec un taux d'utilisation élevé, les VAE répondent à cet objectif. Ils vont également renforcer la visibilité de la politique RSE de l'entreprise », énumère Guillaume Maureau pour ALD. Le vélopargage, autre solution du loueur, se présente sous la forme d'un rack de cinq VAE, d'une application sur smartphone, d'un casque et d'un gilet fluorescent. Un service facturé 150 euros par mois et par vélo.

### Ne pas oublier la sécurité

Alphabet loue aussi des deux ou trois-roues depuis plus de cinq ans. « Les scooters et les trois-roues rencontrés dans les rues des grandes villes sont dans un état déplorable, note Laurent Petit. Nous voulons que nos clients prennent conscience des problèmes de sécurité liés à cet état de fait. Avec notre solution, les véhicules sont en bon état et la sinistralité recule. » Sans oublier non plus les impératifs de sécurité routière lorsque les salariés circulent à vélo.

Enfin, le calcul budgétaire pour les VAE doit inclure le local pour les stocker et recharger les batteries – un local qui peut rapidement être saturé en cas de succès. Pour l'entreprise, le bilan économique est positif quand le VAE vient remplacer un véhicule de fonction. Son TCO se limite alors à son prix de vente auquel s'ajoute la location ou l'amortissement des locaux.

Éric Cibory



DR