



AUTOPARTAGE EN ENTREPRISE

Une opportunité
pour les flottes
automobiles ?



Colombus Consulting

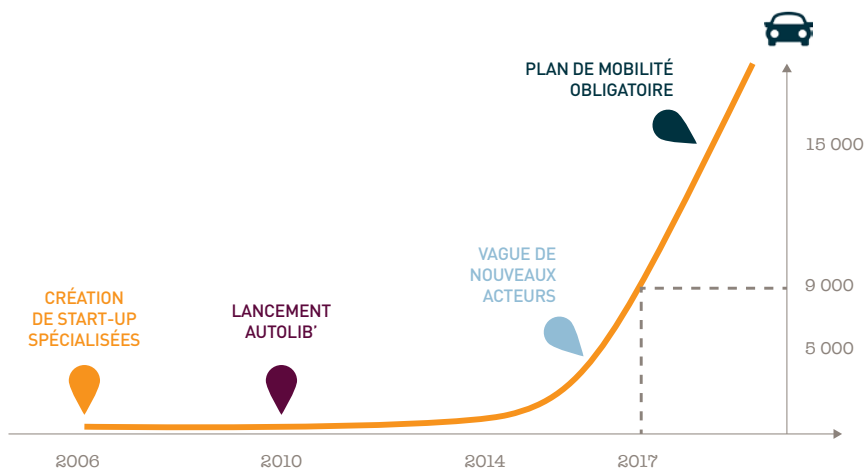
L'AUTOPARTAGE B2B UN MARCHÉ EN EXPANSION

En 2010, le groupe Bolloré et la Mairie de Paris lançaient Autolib', la première offre de mutualisation de l'usage de véhicules à destination des particuliers. Autolib' apparaît dès lors comme **un service innovant et flexible**, contribuant à démocratiser l'autopartage. Sous l'impulsion du grand public, le modèle connaît ainsi un nouvel élan dans le cadre professionnel et **9000 véhicules de société en flotte partagée sont aujourd'hui en service en France.**

Plus encore, les signaux technologiques, réglementaires et sociétaux sont au vert pour une croissance exponentielle de l'autopartage B2B. Alors quels gains les entreprises peuvent-elles attendre de ce mouvement et à quel prix peuvent-elles les obtenir ?

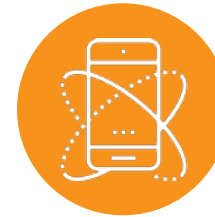
La demande de véhicules en flotte partagée s'accélère sous l'impulsion de la loi de transition énergétique et l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché

EVOLUTION DU NOMBRE DE VÉHICULES DE SOCIÉTÉ EN FLOTTE PARTAGÉE EN FRANCE



Source : Columbus Consulting

4 FACTEURS D'ÉVOLUTION FAVORABLES



DIGITALISATION DES PROCESSUS

grâce aux véhicules communicants et aux applications smartphone

ÉVOLUTION DES MENTALITÉS

de la propriété vers l'usage, qui estompe la valeur statutaire de la voiture



DÉMARCHE DES ENTREPRISES

pour offrir des services plus complets à leurs salariés tout en limitant les coûts

LÉGISLATION

qui oblige les entreprises à proposer des solutions de mobilité alternative



Notre conviction

Les acteurs du marché s'accordent à dire que l'autopartage génère **jusqu'à 30 % d'économies sur les frais de déplacement** (coûts de taxi, indemnités kilométriques, location courte durée).



Ces économies ne suffisent pas toujours à rendre le ROI positif, d'autant plus si les efforts à mettre en œuvre sont importants. Les gains du projet d'autopartage ne se limitent pas aux aspects financiers et doivent également intégrer l'amélioration de la qualité de service, de l'image et de l'empreinte environnementale de l'entreprise.

L'AUTOPARTAGE B2B

QUELS GAINS À LA CLÉ ?

Nous estimons les gains au regard des objectifs fixés par le porteur du projet et de la capacité à les atteindre. 4 types d'objectifs sont analysés.



RÉDUCTION DES COÛTS :

OPTIMISER LE TOTAL COST OF MOBILITY (TCM)

- La mutualisation des véhicules existants permet de réduire le nombre de véhicules et d'améliorer le taux d'utilisation ;
- L'autopartage, même lorsqu'il s'agit d'un service complémentaire, permet de diminuer les autres budgets de déplacement (location, taxi, VTC, etc.).

QUALITÉ DE SERVICE :

ÉTOFFER L'OFFRE DE MOBILITÉ EN FAVEUR DES SALARIÉS

Pour les salariés qui n'ont pas accès à un véhicule d'entreprise, l'autopartage permet de diversifier l'offre de mobilité selon une approche globale de la mobilité (Mobility as a service). La qualité de service peut également être renforcée si l'entreprise autorise la location des véhicules pour un usage personnel le soir et le week-end.



RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT :

MOINS DE VÉHICULES POLLUANTS EN CIRCULATION

L'autopartage permet de diminuer l'empreinte environnementale de l'entreprise par l'optimisation du nombre de véhicules mis à disposition, ou via la mise en place de véhicules propres. A ce titre, nous observons chez nos clients l'exploitation du véhicule électrique dans la majorité des projets de flottes partagées.



IMAGE DE L'ENTREPRISE :

MONTRER SON ADHÉSION AUX VALEURS VÉHICULÉES PAR L'AUTOPARTAGE

Une communication adaptée permet de valoriser en interne comme en externe (auprès des clients, partenaires, candidats) l'adhésion de l'entreprise aux valeurs d'innovation, de collaboration et de respect de l'environnement, induites par la mise en place de véhicules en flotte partagée.



L'AUTOPARTAGE B2B

QUELS EFFORTS À PRÉVOIR ?

Nous estimons l'effort nécessaire pour garantir le bon usage de la solution d'autopartage selon 3 types d'impacts.

IMPACT CULTUREL

L'introduction d'une flotte d'autopartage en entreprise suppose que les salariés adoptent de nouvelles habitudes. L'effort en matière d'accompagnement de ce changement varie selon différents critères :

- Le type de projet (service complémentaire ou en remplacement d'une offre de transport existante)
- La motorisation des véhicules choisis (propre ou thermique)
- La fréquence des déplacements professionnels des collaborateurs cibles
- Le climat social de l'entreprise
- L'âge moyen des collaborateurs
- Les habitudes collaboratives



IMPACT ORGANISATIONNEL ET PROCESSUS

L'autopartage nécessite la mise en place d'une nouvelle organisation au sein de l'entreprise. Le type de projet, la motorisation des véhicules, le type d'utilisation et la fréquence des déplacements sont les critères qui caractérisent la complexité des processus à mettre en place pour assurer le bon fonctionnement du dispositif de mobilité.



IMPACT TECHNIQUE

Le pilotage et la gestion d'une flotte de véhicules partagés nécessite des technologies adaptées comme les boîtiers communicants pour suivre l'usage des véhicules.



ANALYSEZ L'OPPORTUNITÉ DE VOTRE PROJET GRÂCE À LA MATRICE COLOMBUS

Nous sommes convaincus que le facteur clé de succès d'un projet d'autopartage réside dans la capacité à identifier a priori les gains atteignables et les efforts à produire pour assurer la conduite du changement.

Fort de notre expérience opérationnelle, nous avons construit un outil pour accompagner les entreprises qui souhaitent se lancer.



NOTRE MATRICE PERMET D'ANALYSER L'OPPORTUNITÉ DE LANCER UN PROJET D'AUTOPARTAGE SELON LE RAPPORT ENTRE LES EFFORTS À PRODUIRE ET L'AMBITION DES OBJECTIFS.

ÉVALUEZ EN LIGNE L'INTÉRÊT DE VOTRE PROJET D'AUTOPARTAGE !

Un outil de diagnostic unique pour analyser l'opportunité de lancer un projet d'autopartage dans votre entreprise.

RETROUVEZ NOTRE OUTIL D'ÉVALUATION EN LIGNE



[HTTP://AUTOPARTAGE.COLOMBUS-CONSULTING.COM](http://AUTOPARTAGE.COLOMBUS-CONSULTING.COM)

OU SCANNEZ-MOI !



Nous vous proposons de répondre à ce questionnaire pour positionner votre projet d'autopartage sur la matrice d'opportunité Columbus Consulting.

Notre analyse détaillée de vos réponses sera un atout pour valider la cohérence de votre projet et identifier puis prioriser les leviers de son succès opérationnel.



**Guillaume
Kosman**

Manager, spécialiste de la mobilité en entreprise



**Laura
Porro**

Consultante, spécialiste en conduite du changement



**Maxime
Lescrainier**

Consultant, spécialiste en pilotage de projet

www.colombus-consulting.com

A PROPOS DE COLOMBUS CONSULTING

Partenaire des organisations impliquées dans des changements majeurs, Columbus Consulting a l'ambition de réconcilier les intérêts économiques et humains des projets de transformation.

Le cabinet, créé en 1999 et qui compte 170 consultants, est dirigé par Valérie Ader et ses six Partners.

Christopher BAILEY

Partner
Columbus Consulting

Tel : +33 6 87 72 09 73
bailey@colombus-consulting.com

138 avenue des Champs-Élysées - 75008 Paris



Columbus Consulting