



LOCATION DE VOITURE ET NOUVEAUX USAGES

INNOVANT ●●●

PÉRENNITÉ ●●●

COÛT ●●●

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- **Parler de location c'est parler de mobilité** : location courte durée certes mais également gestion de flotte, autopartage, covoiturage... Les changements de comportements des utilisateurs sont relayés par les évolutions des offres des professionnels (cartes magnétiques, forfait essence, services collaboratifs...). Les nouveaux usages répondent aux besoins de nombreuses entreprises de réduire la taille de leur parc automobile et les dépenses liées aux déplacements professionnels.
- L'autopartage nécessite de gros **investissements de départ** qui ne sont pas forcément accessibles aux PME-PMI.
- D'autres **alternatives** existent pour les PME, comme la mutualisation de la flotte.
- La mise en place de solutions d'autopartage engendre **un grand nombre d'effets positifs** : ROI payant à terme, bénéfiques de la déclaration fiscale de l'autopartage en tant qu'avantage en nature, meilleur suivi des dépenses liées à la consommation de voitures.
- Le **crédit mobilité** commence à percer et promet de révolutionner la relation à la voiture dans un cadre professionnel.



CIBLES

Travel managers
Services financiers
Acheteurs
Mobility/fleet managers Voyageurs
RH

CE QU'IL FAUT SAVOIR :

Historiquement lié au corporate travel, le marché de la location de voitures évolue en termes d'acteurs et d'offres pour les entreprises. Parler de location c'est désormais parler de mobilité. Les solutions se multiplient : location courte durée, gestion de flotte, mais aussi autopartage, covoiturage, crédit mobilité... Avec l'arrivée de nouveaux acteurs et la mise en place de mesures réglementaires favorisant cette pratique, on peut prévoir un essor considérable de l'autopartage au cours des prochaines années. On estime que près de 4 000 entreprises pratiqueront l'autopartage en 2020 en Europe, pour un volume de 80 000 véhicules au total.

De nouveaux acteurs centrés sur l'autopartage font ainsi leur apparition :

- En partenariat avec des loueurs historiques (l'accès au véhicule se fait après réservation sur la plateforme web et à l'aide d'un badge magnétique reçu en début d'abonnement),
- A partir de parcs privés de véhicules électriques mis à disposition des abonnés,
- En organisant la location de voitures entre particuliers.

Autre instrument utilisé pour réduire les coûts liés à la détention d'un parc automobile : **la mutualisation des flottes entre entreprises**, qui se développe notamment dans les parcs d'activités. Cette solution est plus particulièrement destinée aux PME-PMI, qui n'ont pas forcément les moyens de développer des solutions d'autopartage. Elle est notamment adaptée au cas des véhicules utilitaires, qui représentent d'ailleurs déjà 10 à 20 % du parc de véhicules mis en partage.

**80.000
VÉHICULES
autopartagés en
2020**

Face à ces nouvelles solutions, les loueurs traditionnels proposent eux aussi de nouveaux services adaptés aux voyageurs d'affaires :

- Un maillage territorial le plus dense possible.
- De nouvelles fonctionnalités pour assister les travel managers dans leur travail quotidien, avec des solutions intégrant des modules de facturation et de reporting, la dématérialisation des factures.
- Des solutions pour faciliter le parcours d'utilisation du client, permettant d'accéder directement au véhicule sans avoir à passer par le comptoir (gain de temps, réduction du stress). Pour aller plus loin encore, les loueurs vont permettre aux clients d'accéder aux véhicules via leur smartphone, ou montre connectée, par l'envoi d'un code d'accès ou de la puce RFID. La livraison sur site s'est aussi fortement développée avec également la mise en place de mini-parcs.

Avantages

- L'autopartage permettrait de réduire en moyenne 30% le parc automobile et de réduire de 50% les frais kilométriques.
- L'autopartage améliorerait la mobilité des collaborateurs et réduirait l'empreinte carbone des entreprises.

POINT D'ATTENTION / FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Sensibilisation des collaborateurs au passage à l'autopartage.
- Calcul du rapport coût/valeur de l'investissement pour passer à l'autopartage (ROI).
- Déclaration fiscale de l'autopartage en tant qu'avantage en nature.
- Suivi des dépenses liées aux différentes solutions mises en place.

LES AXES A TRAVAILLER

- **Réaliser une évaluation des coûts complets.** L'installation de boîtiers connectés est la partie majeure de l'investissement, imputant à l'entreprise des coûts matériels, humains et organisationnels ainsi que des frais d'abonnement avec des mensualités allant de 150 € à 400 €.
- Afin de s'assurer de l'intérêt de cet investissement, il sera tout d'abord nécessaire de **calculer le coût réel** de chaque véhicule de la flotte et de mesurer le ROI de la mise en place d'un service d'autopartage.
- **L'aspect humain est non négligeable.** Il est important de prendre en compte l'attrait traditionnel des collaborateurs pour les « véhicules de fonction » mais aussi leur intérêt pour ces nouvelles solutions. Si le bénéficiaire du véhicule n'est pas séduit en amont, il sera alors difficile de les lui imposer. L'utilisation des véhicules ne sera alors que partielle et ne permettra pas à l'entreprise de couvrir les coûts d'installation du service.
- Il faut **miser sur le fort attrait de ces nouvelles solutions** vis-à-vis des collaborateurs les plus jeunes, pour qui la voiture est avant tout considérée pour sa finalité -se déplacer- plutôt que pour ce qu'elle représente statutairement. C'est la raison du succès des formules de crédit mobilité qui vont au-delà de l'autopartage : le collaborateur se voit attribuer un crédit équivalent au coût de revient d'une voiture de fonction et il a la possibilité d'utiliser librement cette somme pour ses déplacements (voiture en autopartage, voiture en location ponctuelle, taxi, train, autres modes de transport, etc...).
- Un bénéfice complémentaire peut être mis en avant : la **réduction du bilan carbone**.
- Des initiatives sont mises en place par des entreprises disposant d'un important parc de véhicules de tourisme utilisés uniquement en semaine : ces voitures en location longue durée sont **mises à la disposition du personnel le week-end** pour des usages privés moyennant un tarif de location modique.

ET EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ ?

- Attention à la souscription d'assurances : il faut que le voyageur soit informé et accompagné par son entreprise.
- En fonction des cas (contrats, moyens de paiement...), il peut être inutile de souscrire à des assurances complémentaires (SCDW...).
- De nouveaux acteurs proposent à la location des véhicules de particuliers. Bien vérifier les garanties associées et l'état du véhicule pour éviter tout risque.

VU D'AILLEURS

En Allemagne, l'autopartage a trouvé sa place plus rapidement qu'en France, notamment car cette dernière souffre d'une gestion automobile traditionnelle et peu flexible. Si en France le modèle vise à faire payer l'entreprise pour un service d'autopartage, en Allemagne on exploite un autre modèle. Par exemple, l'acteur Drivenow propose de mettre ses véhicules en autopartage dans l'entreprise et se rémunère par la location de ces derniers. Ainsi l'entreprise ne prend pas de risque financier. D'autres acteurs allemands proposent des plateformes qui permettent de réserver les voitures de n'importe quel opérateur à ses membres inscrits.

LE POUR ET LE CONTRE**FORCES**

- Réduction des coûts liés à la location de voiture.
- Diminution des coûts de gestion du parc automobile.
- Service supplémentaire apporté aux salariés à titres professionnel et personnel.
- Défiscalisation possible de l'autopartage
- Pour le voyageur : complémentarité des différents modes de transport pour optimiser ses déplacements.
- Limitation du stress lié aux déplacements professionnels.

OPPORTUNITÉS

- Possibilité de mise en place de services d'autopartage avec des véhicules électriques réduisant considérablement l'empreinte carbone des entreprises
- Marché en expansion, avec l'arrivée de nouveaux entrants, favorisant la baisse des prix
- Décisions gouvernementales favorables, incitant le marché à se développer
- Image moderne et attractive pour des populations de salariés jeunes et connectés.

FAIBLESSES

- Peu adapté pour les PME.
- Solutions de gestion des dépenses liées aux nouveaux modes de mobilité encore limitées pour les travel managers.
- Besoins/solutions différenciés perçus ou accessibles en zone fortement urbanisée ou en zone rurale.

MENACES

- Intégration encore faible des nouveaux moyens de mobilité au sein des outils de réservation dédiés aux entreprises, induisant des réservations hors circuit ou une gestion sur des applications non interfacées.