



## Enquête Mobilité



# L'autopartage n'a plus droit au faux départ

L'autopartage se rapproche du devant de la scène depuis quelques mois. Les investissements prennent en importance et les entreprises gagnent en maturité. Les indicateurs sont au vert pour ceux qui tentent d'évangéliser la France. Ils témoignent de la situation.

**M**artorell, fin d'après-midi. Les employés de l'usine de Seat ont désormais le choix. Comme à l'accoutumée, ils peuvent prendre un bus qui les amènera dans l'ouest de Barcelone, sinon emprunter une des voitures de la marque, mis à disposition sur le parking jouxtant le site. Moyennant quelques euros, cette alternative résout quelques problématiques de logistique domicile-travail. D'autant plus que la course peut être partagée, entre collègues. Ça, c'est pour la théorie. En pratique, ce laboratoire de recherche en interne à Seat, qui préfigure un nouveau modèle économique, prendra forme en deux temps, d'abord au Metropolis:Lab Barcelona, l'incubateur de startup à ouvrir en avril, qui recevra 10 e-Mii, puis ensuite, effectivement à Martorell, avec une flotte de véhicules thermiques. Derrière cette idée, il y a la volonté d'un groupe d'expérimenter de nouvelles solutions de mobilité en entreprise, connues sous le nom d'autopartage.

Ne nous y trompons pas, l'autopartage en entreprise n'a rien d'une découverte récente. Seat ne prétend pas réinventer la poudre, mais, comme tous les constructeurs aventuriers, la marque veut allumer la mèche d'une offre qui ne demande qu'à exploser. Pour preuve, l'étude de Frost & Sullivan qui avance que 80 000 véhicules devraient fonctionner en autopartage dans les entreprises européennes d'ici la période 2018-2020 et ce, grâce au nombre croissant d'opérateurs. Ceux-ci doivent passer d'une dizaine à une trentaine, dans le même temps. Le concept a déjà du parcours dans le rétroviseur, notamment en France, plus précoce que nos voisins espagnols en la matière. Et le moins que l'on puisse dire est que cette route a été jalonnée d'embûches, technologiques et sociales. Une situation qui semble s'être améliorée et laisse entrevoir un horizon bien plus dégagé. Comptant parmi les précurseurs, Mobility Tech Green et Ubeeqo s'accordent sur le constat. "Le marché est entré dans une

phase de développement, rapporte Emmanuel Nedelec, le directeur général d'Ubeeqo. Nous ne sommes plus dans une démarche d'explication, mais de mise en application dans les flottes." Selon lui, la volonté de réduire les coûts de fonctionnement des parcs automobiles a poussé les gestionnaires à s'intéresser au sujet avec davantage d'implication.

### "Techniquement compliqué"

De la facilité d'usage dépend l'appropriation et, de fait, quoi qu'on en dise, les derniers progrès technologiques ont pesé dans la balance. Pour les clés d'accès, les bornes d'accueil avec du personnel et les boîtes de stockage plus ou moins intelligentes ont laissé places aux badges RFID qui eux-mêmes sont en train d'être supplantés par le Bluetooth basse consommation. "Je crois que nous tenons la solution qui va engager une vraie dynamique de déploiement", analyse Daniel Vassalucci, le P-dg de Mapping Control, le fournisseur de solutions de gestion de flotte.



## Zoom

### Mobility Tech Green obtient 5 millions d'euros

"MTG" a finalisé une levée de fonds d'un montant de 5 millions d'euros, en février dernier; auprès de la Financière Fonds Privés. Cette enveloppe doit permettre à l'entreprise de se développer rapidement à l'international, en priorité dans les pays du nord de l'Europe ainsi qu'en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni (une réflexion est aussi menée sur l'Allemagne). Une expansion qui doit reposer sur toujours plus de partenariats. L'entreprise a choisi de recruter **Samia Arfaoui** au poste de directrice du développement international pour son expérience de consultante mobilité chez Athlon.

"Nous souhaitons devenir le leader mondial des solutions d'autopartage en mode B-to-B-to-C", explique **Alexandre Fournier**, le directeur marketing et communication de Mobility Tech Green. Le catalogue de solutions s'est enrichi coup sur coup de



Carebox et Who Drives. Dans l'ordre, ces services prévoient, d'une part, l'accompagnement, le développement sur mesure, la formation individuelle ou collective, l'aide en communication et à la mise en place du système au sein de la société, et, d'autre part, des outils d'identification du conducteur d'un véhicule non attiré, facilitant donc le respect par les employeurs de la nouvelle réglementation sur l'obligation de dénonciation des infractions routières commises par des salariés au volant de véhicules de sociétés.

Selon son expertise, il convient d'aborder l'autopartage comme un service protéiforme. Ce qui implique une analyse fine des besoins, de la volumétrie et une anticipation des options ultérieures, notamment le covoiturage. "C'est un marché techniquement compliqué, les premiers à avoir souscrit ont imposé aux fournisseurs des exigences que nous n'avions pas prévues et nous

avons dû apprendre de ces contraintes." Lesdites contraintes consistent à "mettre la technologie au service d'une organisation", fait savoir **Adeline Goge-Lefavre**, directrice marketing communication de Bemobi Groupe La Poste. A la question des principaux facteurs favorables à l'adoption de l'autopartage, elle place d'ailleurs cette condition en tête de liste, devant

l'intégration à un plan de mobilité mûrement réfléchi et l'accompagnement au changement. "Nous ne croyons pas à une stratégie qui dépende entièrement du logiciel, au risque de détruire la valeur, il faut des soutiens humains, lui fait écho **Emmanuel Nedelec**, d'Ubeeqo. Certaines entreprises se heurtent au mur de la crainte." "Décréter de manière arbitraire l'autopartage dans une logique de 'greenwashing' est une des pires erreurs", constate-la représente de Bemobi. Celle-ci ajoutera ensuite la mauvaise définition des règles, notamment des conditions et sanctions, parmi les facteurs négatifs. Il y a encore quelques années, la logique de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) présidait au choix de migrer dans des grands groupes et des ETI. Mais Orange est passé par là "Le groupe a fait un appel d'offres portant sur 3 000 véhicules, sans équivalent en Europe, ce qui a donné l'impulsion tant attendue au marché", se félicite **Alexandre Fournier**, le directeur marketing et communication de Mobility Tech Green, la société qui a remporté le contrat. Chez Orange, 850 véhicules sont déjà équipés et ils seront 2 000 à la fin de l'année. Douze mois plus tard, la feuille de route prévoit une flotte de 3 500 véhicules en autopartage, voire plus avec l'intégration d'unités au statut officieux à ce jour, selon **Patrick Martinoli**, directeur de la gestion des véhicules d'Orange. Cette mutation se fait à la faveur d'événements convergents en ce sens, l'obsolescence du système informatique en vigueur, d'une part, et l'entrée en application de la loi sur la désignation des conducteurs, d'autre part. Mais comment les gestionnaires vivent-ils cette transformation ? "Il faut prendre le temps d'expliquer que l'automatisation n'est pas un moyen de supprimer des postes de gestionnaires", résume-t-on chez Mobility Tech Green. "Le gestionnaire est mis à l'écart des

## Zoom

### Here sort Mobility On-Demand

Here joue dans la cours de la mobilité à la demande. Le 21 mars dernier, le fournisseur de données cartographiques a lancé Mobility On-Demand, soit un kit de développement utile dans la création d'applications de services de nouvelles mobilités. "Google était un peu le service par défaut, nous allons apporter notre expertise de la données et notre maîtrise des relations avec le secteur automobile", s'est félicité **Eric Fumat**, directeur des ventes de la division Entreprise de Here. Mobility On-Demand rassemble un lot

complet, composé d'une plateforme de gestion des données, d'une cartographie de référence multi-pays, des statistiques routières, de modules SDK, d'une gestion des communications hybrides (permettant une utilisation même hors connexion) et de l'application de navigation HereWeGo. Des éléments que les développeurs pourront utiliser selon leurs besoins, notamment dans la gestion de flotte.

La cible est en effet toute désignée pour le kit Mobility On-Demand. Here vise les compagnies de VTC, les livreurs, notam-

ment urbains, ou encore les sociétés de covoiturage et d'autopartage, soit tout ce qui vit de la géolocalisation et plus précisément du rapprochement entre une demande et une offre de mobilité. Les références acquises durant la phase pilote vont faciliter la prospection et la montée en charge. Here a travaillé avec Grab en Asie, MyCab, Chauffeur Privé et Heetch, plus proche de nous. "Nous sommes à l'étude de solutions pour Daimler et BMW, dans le cadre de leurs services respectifs", confie Eric Fumat.



tâches ingrates, estime Adeline Goge-Lefaiivre, il se recentre alors sur des sujets de mobilité durable, soit un chef d'orchestre des moyens de transport. Le rôle de gestionnaire de mobilité va alors peu à peu s'imposer."

### La taille du parc, une finalité ?

L'enjeu de l'autopartage réside dans les bénéfices : la réduction du coût de la mobilité. Chez Mobility Tech Green, on prétend pouvoir atteindre 35 % de baisse. Bemobi, son partenaire, table plus volontiers sur une fourchette allant de 10 à 40 % d'économie de TCO, en fonction du volume de véhicules électriques et de leur utilisation. Chez Orange, elle est plus restreinte, allant de 15 à 20 %. A l'inverse, la réduction de la taille de parc n'est pas une priorité. "Si une entreprise veut réduire sa flotte, elle le peut, sans avoir recours à l'autopartage. Il lui faut juste gérer les contraintes sociales liées aux statuts individuels de ses employés", juge un consultant. "Aucun de nos prospects n'a jamais avancé la diminution de la taille du parc comme motivation principale", commente pour sa part Olivier Emsalem, responsable des services de mobilité BtoB de PSA. Et Patrick Martinoli, d'Orange, d'expliquer sa démarche : "Le but n'est pas de réduire les privilèges, mais d'augmenter le taux d'utilisation. Dès lors, on pourra jouer sur la taille du parc." Il ne devrait pas y avoir pour autant d'impact sur les cadences industrielles. Une étude de Boston Consulting, publiée en 2016, estimait que l'autopartage réduirait à peine de 1 % les volumes de ventes des constructeurs. "On en parle car le service connaît une hausse de consultation, mais cela reste un marché confidentiel de 3 000 unités environ en France, qui doit conduire à une optimisation de l'ordre de 10 % des parcs concernés", calme Michel Roitman, directeur Stratégie et Développement d'ALD Automotive France. Dans les rangs de PSA, Olivier Emsalem y voit une opportunité de croissance des ventes, découlant d'un usage plus intensif. "En autopartage, on va utiliser les véhicules 75 % de leur temps", calcule Patrick Martinoli, pour Orange. Avec 400 unités en parc l'an passé, il a totalisé 2 millions de kilomètres parcourus. "Avant, nous ne faisons que 6 000 km en moyenne par véhicule, ce qui était

## Questions à...

**Journal de l'Automobile. Quelles sont les prévisions de marché d'Accenture ?**

**Marc Méchai.** Dans nos prévisions, nous pensons que l'autopartage connaîtra un phénomène d'accélération en 2025 grâce à un essor de la connectivité d'origine des véhicules, et concernera donc autour de 10 millions de véhicules en 2030, soit environ 10 % du parc mondial. La majorité sera partie intégrante d'une solution BtoB. L'année 2020 est une date trop proche pour être significative, car il y a trop peu de propositions des porteurs de projet que sont les constructeurs, les loueurs et les start-up.

**A quoi tient le succès du service ?**

**MM.** Quand on table sur 10 % du parc, on table donc sur un phénomène urbain. Ce qui est justifié par les prérequis à l'autopartage, notamment une concentration de la population et des déplacements. Les premières cibles ont été les sociétés privées, telle que Accenture, mais on peut imaginer aller plus loin dans le BtoB ou le BtoBtoC, avec des collectivités locales par exemple. Il y a un large champ des possibles à explorer, moyennant des investissements. Outre le volume d'offres, je pense que le succès tient également à la notoriété et à la simplicité d'utilisation. Les applications, la flexibilité ou encore le service associé, avec des centres d'appel



▲ Marc Méchai, associé chez Accenture

ou des logisticiens, contribueront à lever les freins.

**Comme certaines se disent «née-électriques», peut-on imaginer des véhicules «né-autopartage» ?**

**MM.** L'autopartage, à ce jour, est un post-équipement. On ne voit pas ce débouché avoir une plus grande influence que la mutation de la mobilité au sens large n'en a elle-même. On pourrait parier sur de la simplification, sur des niveaux d'équipements minimalistes, mais, en réalité, cela existe déjà, pour d'autres raisons. ■

Propos recueillis par Gredy Raffin

une aberration économique, de surcroît avec des moteurs Diesel." Changera-t-il plus souvent ? Pas forcément. "Nous nous rapprochons des lois de roulage avec nos loueurs. Au lieu de faire 60 000 km en quarante-huit mois, nous en faisons 90 000."

### Le levier de la location privée

Il y a un coût à la mise en route. D'après Michel Roitman, ALD facture "une cinquantaine d'euros" l'installation des équipements nécessaires,

notamment le boîtier. Ensuite, selon les prestataires, il faut compter entre 150 et 290 euros l'accès à la plateforme de gestion, aux interfaces utilisateurs et aux services périphériques. Se pose alors la question de l'amortissement. "Les indicateurs de performances à suivre sont ensuite le nombre de réservations, l'indice de satisfaction du gestionnaire et de l'utilisateur", suggère Emmanuel Nedelec, d'Ubeeqo. Le modèle économique de la société prévoyant de supporter la charge financière, le ROI est donc suivi de près. Les 1 500 véhicules en autopartage sur la plateforme de Mobility Tech Green couvrent les besoins de 30 000 utilisateurs. La société rennaise prend le pari d'atteindre un ratio de 3 000 véhicules pour 100 000 personnes à fin 2017. "Il faudrait la rapprocher de la consommation de taxis, VTC et autres moyens de transports, contextualise quant à lui Michel Roitman, d'ALD, et comptabiliser les nouveaux usages. En soi, des collaborateurs qui n'avaient pas accès aux véhicules dans leur





solution de mobilité ont désormais une réponse et il est possible de louer à titre privé." La permutation entre usage professionnel et usage privé une clé du succès citée spontanément par tous les interrogés de cette enquête. "Dans les consultations auxquelles nous répondons, il s'agit d'un des trois paramètres importants de nos prospects", témoigne Michel Roitman. "Pouvoir louer le véhicule aux collaborateurs facilite l'adoption du service au quotidien", renchérit Adeline Goge-Lefavre, de Bemobi Groupe La Poste. A titre d'évaluation, le directeur de la gestion des véhicules d'Orange a enregistré 35 000 réservations dans le cadre professionnel et 1 000 à titre privé en 2016, toujours sur la flotte de 400 unités. "Le bon tarif de location est un équilibre entre prix acceptable et revenu moyen au sein de l'entreprise, sans chercher à faire du dumping par rapport au marché traditionnel", prévient encore Adeline Goge-Lefavre. Chez Orange, les juristes et surtout les fiscalistes ont pris le dossier en main, de sorte à être en règle avec l'Urssaf. De fait, selon les cas, la location à titre privé en soirée se monnaie 15 à 25 euros et les week-ends 45 à 60 euros. Fonctionnant en auto-assurance, Orange impose simplement une franchise de 250 euros en cas de sinistre. "La location permet de couvrir une partie des frais de la formule, observe Alexandre Fournier, de Mobility Tech Green. Les entreprises et les employés y trouvent un rapport gagnant-gagnant."

### Et les concessionnaires ?

Pour convaincre les décideurs de sauter le pas, Ubeeqo a lancé une formule officieuse. Celle-ci prévoit la création de parc-pilote privatif afin de tester gratuitement l'implémentation. En cas d'échec, les exemplaires repartent dans le circuit public. Mais toujours est-il que l'autopartage a encore beaucoup de chemin à faire. La boucle fermée reste encore problématique dans certains cas, et ne permet donc pas de répondre à plus grand nombre de situations. Le service n'aspire certes pas à l'universalisation, mais il n'empêche que les parcours de consommation ne sont pas toujours appropriés. Tant que les constructeurs n'auront pas dématérialisé la clé de contact, les modes opératoires se heurtent à un plafond de verre. Il va falloir faire tomber des barrières psychologiques. Peu ou prou d'arguments entravent la constitution de parcs

## Zoom

### Oberthur, la carte sécurité

Au MWC de Barcelone, Oberthur Technologies s'exposait aux côtés d'Octo Telematics et de sa filiale Omoove, spécialisée dans l'autopartage à qui, la société française fournit "les briques technologiques essentielles pour sécuriser l'authentification forte des utilisateurs dans le cadre de l'autopartage", explique **Philippe de Oliveira**, Directeur de la Business Line Automotive chez Oberthur Technologies. "En tant que fournisseur à la fois



des fabricants de téléphones et de l'industrie automobile, il nous revient d'établir le lien de sécurité indispensable entre le smartphone et le véhicule", poursuit-il. Connue notamment pour un contrat de cartes SIM de nouvelle génération signé avec Daimler, Oberthur Technologies propose également son expertise de la gestion de services digitaux sécurisés, grâce à sa plateforme IOT Cloud. "En numérisant la clé, nous apportons plus de flexibilité aux services d'autopartage, mais nous sommes alors confrontés à des problématiques de sécurisation, pointe Philippe de Oliveira, nous répondons à ces

problématiques en fournissant la solution qui permet de charger les clés virtuelles dans un élément de sécurité dédié dans le téléphone". En quoi est-ce important? "Grâce au stockage des clés dans cet élément sécurisé, l'utilisateur peut accéder au véhicule même si son smartphone est éteint ou ne dispose pas d'une couverture réseau, précise-t-il. Et surtout, en cas de perte ou de vol du smartphone, la plateforme permet de désactiver les clés pour empêcher leur détournement".

Quand on aborde la question de la gestion des données personnelles, il précise que "le rôle d'Octo Telematics est de fournir le canal sécurisé pour le transfert des données entre le client final et le prestataire de service. Le traitement de celles-ci reste du ressort du prestataire de service". Il partage ensuite ses convictions. D'après ses observations, le dynamisme des constructeurs devrait amener les usagers à avoir le choix entre des clés physiques et virtuelles, d'ici 2025. Entre temps, "le parcours d'utilisation pourrait être rendu plus naturel, grâce à la mise en place de technologies biométriques".

mutualisés entre les entreprises. "Nous voudrions aussi les mettre à disposition du public dans certains cas", imagine-t-on chez Mobility Tech Green. La fin de la propriété ne toucherait alors plus uniquement les particuliers, mais en un sens aussi les sociétés. L'autre défi consiste à intégrer l'autopartage dans des interfaces de multimodalité. En concession automobile, le

format pourrait trouver un débouché. PSA, qui veut compter sur 800 voitures en autopartage à fin 2017, conçoit qu'une partie de ce volume se trouve chez ses distributeurs. Les usages toucheraient à la fois la voiture de courtoisie et des nouvelles sources de revenus, sous forme de location. Le doux rêve de la concession comme un centre de mobilité ressurgit alors. "Il y a de la place pour tout le monde, dit à leur sujet Adeline Goge-Lefavre, de Bemobi, il faut s'y intéresser." **Daniel Vassalucci, le président de Mapping Control, la rejoint. "Il n'y a aucune solution de gestion des parcs en concession. Nos outils aideraient à la maîtrise des lois de roulage avant revente, soit un levier de ROI", lance-t-il dans un appel du pied.** ■

Gredy Raffin

## EN BREF...

### Orange opte pour la C3

Le verdict de l'appel d'offres est tombé et Citroën peut se frotter les mains. Dans le cadre du renouvellement régulier de sa flotte automobile, Orange a retenu la dernière mouture de la Citroën C3 pour être l'unique modèle de sa catégorie en motorisation essence. Un contrat intéressant pour la marque aux chevrons qui s'assure ainsi l'immatriculation de plus de 700 unités en France.