



# SOMMAIRE

- 07 **Édito**
- 08 **Elles et ils – Sélection du mois**
- 10 **Question à**  
Martin Flajollet, business developer chez Temlab.
- 12 **Actualités**  
Bornes Solutions facilite la recharge à domicile / Star Service fait appel à Bump / Le Calvados investit dans l'autopartage avec Openfleet / Arval Connect : une nouvelle offre connectée pour les flottes / Saemes et TotalEnergies inaugurent plus de 500 bornes de recharge.
- 18 **FMMC**  
Quelles solutions pour contourner la crise de disponibilité des véhicules ?
- 20 **L'interview**  
« Servir tout le monde et le plus vite possible est devenu un vrai casse-tête au quotidien », Jean-Pierre Mesic, directeur BtoB Stellantis France.
- 22 **Parole de gestionnaire**  
Mourad Fellah, responsable gestion du parc automobile de Carglass France.

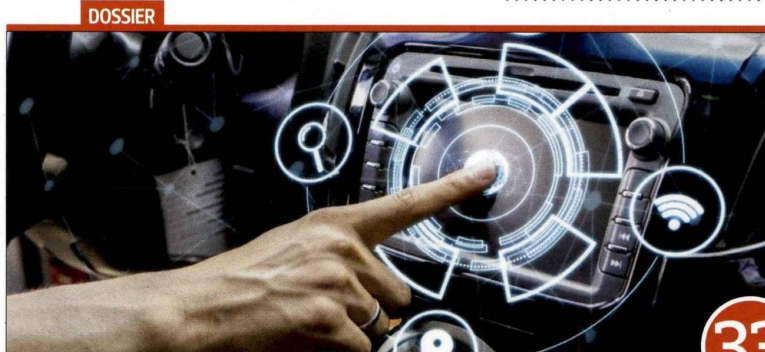


26

## L'ESSAI DU MOIS

### Citroën C5 X : couteau suisse chevronné

La Citroën C5 X signe le grand retour de la marque aux chevrons sur le segment D. Proposition atypique dans un paysage automobile dominé par les SUV, ce véhicule est un pur crossover. Un mélange des genres.



DOSSIER

33

## Les flottes et la data : des données sous-exploitées ?

Dans un monde où le digital est roi, la donnée fait figure de reine. Le monde des flottes automobiles ne fait pas exception puisque chaque véhicule peut désormais devenir une source d'informations aidant à décrypter les usages de mobilité et à les améliorer. Utile mais sensible, la data doit cependant encore convaincre pour être pleinement profitable à tous.



L'ENQUÊTE

## Les outils numériques, nouveaux alliés de la chaîne logistique

Garantir les délais de livraison, la traçabilité des colis, programmer les tournées des conducteurs et identifier les véhicules en mouvement ou encore informer le client final de l'avancée des opérations, tels sont les nouveaux défis auxquels doivent faire face les logisticiens... qui s'appuient pour y parvenir sur les télématiciens.

48

- 30 **Stratégie**  
« Aller chercher les flux est l'une des richesses de l'entreprise », Daniel Vassallucci, CEO d'Optimum Automotive.
- 38 **Au volant**  
BMW Série 2 Active Tourer / Volkswagen T-Roc / Kia Sportage PHEV / Toyota Aygo X / BMW iX3 / Mercedes-Benz CLA Shooting Brake PHEV.
- 44 **Innovation**  
Comment garantir la cybersécurité des véhicules connectés ?
- 46 **Place aux utilitaires**  
Arrival, CityFreighter, Odin... futures stars de l'utilitaire électrique ?
- 52 **Nouvelles mobilités**  
Les scooters cargos électriques à l'assaut des centres-villes.
- 54 **Sécurité**  
La « boîte noire » débarque dans les flottes.
- 57 **Tableau de bord**
- 58 **Observatoire des flottes**
- 62 **Le segment du mois**  
Les monospaces
- 64 **En direct des constructeurs**





STRATÉGIE



**DANIEL VASSALLUCCI,**  
CEO d'Optimum Automotive

PARCOURS PROFESSIONNEL

• Depuis 2006 : Président-fondateur d'Optimum Automotive

# “ Aller chercher les flux est l'une des richesses de l'entreprise ”

**F**ondée voilà maintenant une bonne quinzaine d'années, Optimum Automotive [connue aussi sous la marque Mapping Control, ndlr] « est une vieille start-up », s'amuse Daniel Vassallucci, son fondateur et patron. Ou plutôt capitaine. « On était une toute petite barque à quatre rames et on s'est transformé jusqu'à devenir un voilier », ajoute-t-il, filant la métaphore marine. Basée à une trentaine de kilomètres de la Méditerranée, à Aix-en-Provence, l'entreprise ne représente cependant qu'une goutte d'eau au milieu de l'océan que constituent l'industrie automobile et les services qui y sont associés. « Nous restons modestes vis-à-vis de gros acteurs que sont certains loueurs ou

encore les acteurs de la maintenance », précise le chef d'entreprise. Un modeste acteur du marché des véhicules connectés et de la gestion de flottes toutefois présent dans 35 pays d'Europe, d'Afrique ou encore d'Amérique du Sud et dont la croissance progresse d'environ 25 % chaque année. Une croissance que la crise Covid n'a d'ailleurs que très légèrement perturbée, donnant plutôt l'occasion à tout l'équipage d'avancer sur de nombreux projets et au commandement de boucler une levée de fonds de 14 millions d'euros auprès de Paris Fonds Vert (géré par Demeter), d'Amundi et des investisseurs historiques de la société dont Région Sud Invest, le fonds d'investissement de la région

Provence-Alpes-Côte d'Azur. Un capital nécessaire pour continuer à développer les activités d'Optimum Automotive et notamment le traitement et l'analyse des données collectées sur les véhicules connectés par l'entreprise afin d'offrir à ses clients gestionnaires davantage de services visant à piloter plus finement encore leur gestion de parc, notamment dans ce contexte actuel de nécessaire transition énergétique.

**L'OBSESSION DE LA DATA...**

« La donnée, c'est la data. C'est quelque chose de fondamental. Tout vient de ce qui est agrégé », résume Daniel Vassallucci. Ce grand virage de la data a été pris par Optimum Automotive en 2015-2016 et a donné naissance



à un « data hub », une sorte d'agrégateur de données qui permet de fournir diverses prestations, solutions pour répondre aux besoins des entreprises ou des administrations clientes. « Les clients sont friands de ces remontées d'informations : ça leur permet de prendre des décisions » au quotidien, abonde-t-il. Les données exploitées sont bien sûr liées aux véhicules : kilomé-

plusieurs challenges : l'optimisation des coûts de la flotte bien sûr, mais aussi de son empreinte carbone. Ce qui implique donc l'électrification raisonnable du parc. Si la loi l'Orientation des mobilités (LOM) pose des bases [les quotas de renouvellement de véhicules, ndr] nous allons jusqu'à fabriquer la car policy idéale d'une entreprise en conseillant les meilleurs véhicules en fonction

### La data permet de vendre mieux, de vendre plus.

trage effectif, consommations de carburant ou d'électricité, niveau de charge de la batterie, alertes techniques (voyants au tableau de bord). Mais aussi aux conducteurs ou plutôt à leur comportement au volant : accélérations, freinages, régime moteur, etc. « Collecter des données pour un client, ce n'est pas juste analyser des flux et les reporter. C'est aussi et surtout amorcer le changement », insiste le chef d'entreprise. Enfin, bien sûr, les données contractuelles ou financières des véhicules sont également traitées : contrats liés au véhicule, assurance, maintenance. « Derrière tout cela existent des flux financiers dont une optimisation possible de certains postes de dépenses », ajoute-t-il tout en précisant qu'Optimum Automotive est en mesure de se connecter à de nombreux fournisseurs car « aller chercher les flux est l'une des richesses de l'entreprise ». Dit autrement, les équipes d'Optimum sont en mesure de vérifier si une prestation facturée à un client l'a été correctement. C'est-à-dire, au tarif prévu.

#### ... POUR OPTIMISER LES FLOTTES

Daniel Vassallucci en est conscient : « les gestionnaires doivent actuellement faire face à

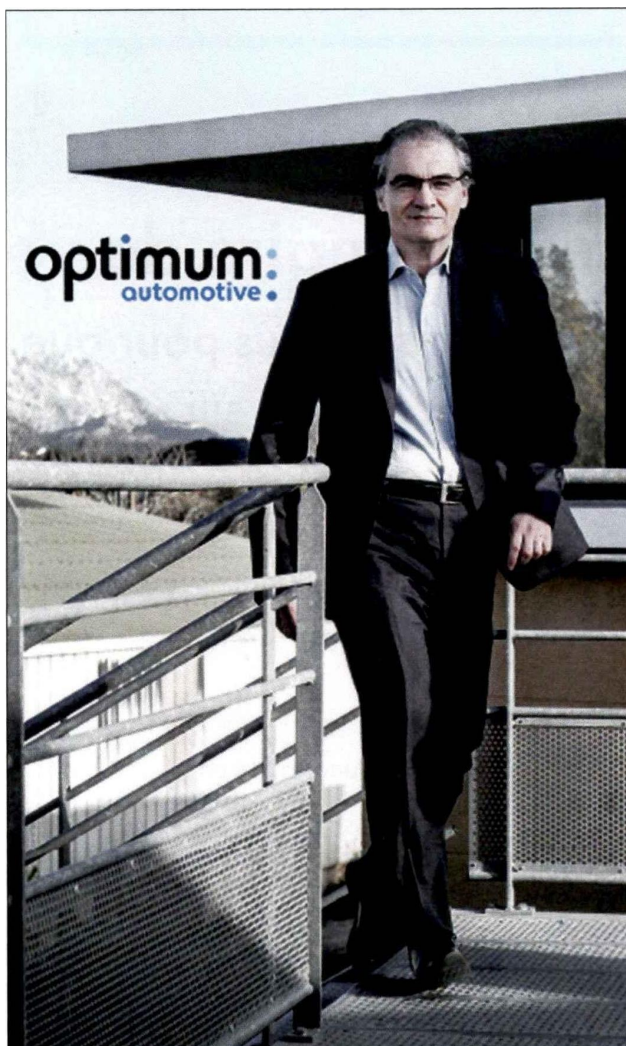
des usages des collaborateurs. » Cette mission d'analyse et de conseil, opérée sous la bannière Optimum Automotive, est là encore le fruit d'un travail de données. « Avant de basculer du thermique vers l'électrique, il faut pouvoir en démontrer l'intérêt. On propose ainsi d'auditer, de cartographier la flotte pendant trois mois avant d'émettre nos recommandations » explique-t-il. Puis le groupe pioche allégrement dans sa banque de données – comme les catalogues des constructeurs ou encore les référentiels de Jato Dynamics – pour aider les entreprises à réussir leur transition. Un accompagnement poussé jusqu'au point d'indiquer « le meilleur équipement de recharge associé : quelle borne, à quel emplacement et à quel prix ». Avec toujours plus de véhicules connectés mis sur le marché, Optimum Automotive entend mettre son expertise au service de davantage d'acteurs qui pourront eux aussi tirer profit des données collectées. « La data permet de vendre mieux, de vendre plus. Il faut savoir monétiser l'information mais aussi assurer la fiabilité de la collecte avant de la mettre à disposition. Et ça, Optimum Automotive sait le faire ! » ●

**Antonin Moriscot**

Famille du média : **Médias professionnels**  
 Périodicité : **Mensuelle**  
 Audience : **77500**  
 Sujet du média : **Auto-Moto-Cyclo**



Edition : **Mai 2022 P.31**  
 Journalistes : -  
 Nombre de mots : **30**



**OPTIMUM AUTOMOTIVE**

- Entreprise fondée en 2007
- 150 salariés
- 25 % de croissance / an
- Présence dans 35 pays d'Europe, d'Afrique et d'Amériques
- 135 000 véhicules gérés
- 7 500 entreprises clientes

