



LOCATION LONGUE DURÉE

Comment renouveler les services ?

Les loueurs continuent d'innover. « Un dossier sur les nouveaux services des loueurs longue durée ? Pourquoi choisir un tel sujet, vous feriez mieux de changer de thème ». Cette réflexion d'un éminent acteur du marché automobile français en dit long sur le scepticisme ambiant qui règne à propos de cette thématique. Est-il encore possible d'innover sur un marché de plus en plus mature ? Comment faire la différence entre loueurs et fournisseurs des entreprises ? Faut-il d'ailleurs lancer des services trop sophistiqués qui ne collent pas forcément aux attentes des gestionnaires ?

Il est vrai que le dernier baromètre de l'OVE sur le panorama européen du véhicule d'entreprise «douche» quelque peu les enthousiasmes. Il souligne en effet qu'il y a « peu de changements » dans le domaine des « services associés » d'une année sur l'autre. « Les services constituent désormais une partie intégrante des contrats de LLD. Peu de changements ont été observés dans leur répartition, avec la maintenance et l'assistance quasi incontournables. » Filip Van Mullem, directeur du cabinet-conseil en gestion de flottes Fleet Logistics n'y allait pas par quatre chemins lorsqu'il affirmait à *Flottes Automobiles* (N°140) que « les

services proposés par les loueurs sont à 90 % les mêmes et ce, quel que soit le fournisseur concerné. La différence va se faire sur la qualité du service rendu. » Les intéressés sont bien conscients que leur pouvoir créatif a atteint certaines limites. « On ne va pas réinventer l'eau chaude », souligne un loueur avec humour.

Pour autant, le panorama que nous vous présentons dans ce dossier prouve que, cette année encore et malgré une conjoncture assez délicate, il y a toujours de nouvelles solutions sur le marché. L'explosion de la fiscalité verte, le déploiement d'actions concrètes de développement durable et « la montée des périls » qui ont pour noms hausses des taux d'intérêt, flambée des prix du carburant, tensions sur les valeurs résiduelles et ralentissement économique, ouvrent de nouveaux horizons à la profession. Comme le souligne Eric Vallin, en charge du marketing au sein du SNLVLD (Syndicat national des loueurs de véhicules longue durée), dans l'avenir la différence se fera sans doute sur la capacité à offrir toujours plus de conseils à des gestionnaires qui ont besoin de réaliser des économies. Finalement, l'approche TCO (Coût total de détention) sera peut-être le fer de lance de la profession et son « booster » des prochaines années.

Gestion de flottes Dans le domaine des services, les loueurs longue durée continuent d'innover mais, à l'avenir, la différence se fera sans doute sur la capacité des uns et des autres à offrir toujours plus de conseils à des gestionnaires qui ont besoin de réaliser des économies.

Toujours des innovations malgré la morosité

Eco-fiscalité, flambée des prix du pétrole, hausse des taux d'intérêt qui ont des répercussions directes sur les loyers financiers, nécessité de traquer les coûts cachés, morosité sur le front des reventes de véhicules d'occasion, évolution des mentalités des gestionnaires de parcs sur les modèles de véhicules à privilégier dans leurs flottes. Les nerfs des loueurs longue durée sont mis à rude épreuve en cette année 2008. Bien sûr, ils affirment avoir « anticipé ces évolutions » ou tout au moins certaines d'entre elles, à travers des démarches de mesure de l'empreinte écologique des parcs et une plus grande écoute des attentes « citoyennes » des gestionnaires.

Mais leur rôle auprès de leurs clients a manifestement changé. « Pour faire face à des obligations administratives et financières supplémentaires, le client se tourne vers son loueur et affermit son rôle d'accompagnateur conseil », souligne le président du SNVLVD, Jean-François Chanal. « Aujourd'hui, soyons clairs, plus personne ne nous attend sur des loyers financiers. Tout le monde sait faire. En revanche, savoir optimiser les coûts et trouver de réelles sources d'économies, les sociétés nous le demandent et sont prêtes à prendre du conseil », insiste Jean-Loup Savigny, directeur commercial d'Arval en France. Pour la profession des loueurs, cette évolution n'est pas en soi une mauvaise chose puisqu'elle accredit et renforce son savoir-faire d'audit, de conseil et de préconisateur de solutions. Elle lui permet aussi d'imposer une nouvelle mesure de l'efficacité des politiques automobiles des entreprises, le TCO (total cost ownership), une notion qui a connu son heure de gloire dans l'informatique et qui tend à se diffuser aujourd'hui dans d'autres secteurs économiques.

Le TCO et la gestion des déplacements

« Le marché nous attend sur cette question du TCO et, plus généralement, sur la gestion globale des déplacements des utilisateurs finaux,



Les loueurs renforcent aujourd'hui leur rôle d'accompagnateur conseil. Ils répondent notamment aux nouvelles demandes d'optimisation des coûts de leurs clients en s'appuyant sur la démarche TCO (coût total de détention).

c'est à dire les conducteurs », explique Eric Trelet, directeur commercial d'ALD France. L'idée majeure de cette démarche consiste à savoir comment sont réparties les dépenses des clients liées à l'automobile, sur quels postes et pour quelle efficacité. Cette recherche et cette opti-

lé que notre PRA (potentiel restant à acquérir), autrement dit notre potentiel de conquête, il se situe actuellement en France à 180 000 voitures. Nos démarches de TCO ou encore d'éco-conduite, sont clairement des outils de conquête », affirme Jean-Loup Savigny. Si le TCO est

aujourd'hui « LE » sujet de la location longue durée dans un contexte économique morose et une fiscalité qui s'est durcie, la recherche de nouveaux services n'a pas été pour autant mise de côté cette année.

Dans ce domaine, tous les loueurs jouent la carte de la proximité, anticipent les attentes des entreprises en terme de mobilité et révisent la palette de leurs prestations pour faire gagner du temps aux utilisateurs finaux, et réduire au minimum les temps d'immobilisation des véhicules. Voici

Le marché nous attend sur la question du TCO et, plus généralement, sur la gestion globale des déplacements.

Eric Trelet, ALD

misation des TCO conduisent aujourd'hui les loueurs à actionner certains leviers pour abaisser les coûts des parcs de leurs clients. Arval s'inscrit résolument dans cette stratégie car c'est selon lui, le gage de pouvoir accompagner le client sur le long terme. « Nous avons calculé



L'émergence de la fiscalité verte et les préoccupations environnementales ont mobilisé les loueurs en 2007.

un panorama des nouveaux services des loueurs qui ont accepté de répondre à l'enquête de *Flottes Automobiles*.

ALD chouchoute un peu plus les VIP

ALD avait été pionnier dans le développement d'une prestation dédiée aux VIP (membres des comités de direction...). Il entend bien conserver sa longueur d'avance et vient de mettre au point la seconde génération de son service VIP avec trois prestations haut de gamme et une promesse : pour 65 euros par mois et par véhicule, le client ALD n'aura bientôt plus à mettre les pieds dans un garage ! Le



JEAN-LOUP SAVIGNY,
Directeur commercial d'Arval en France.

loueur longue durée va donc s'occuper de toute l'opération : organisation du rendez-vous chez un de ses prestataires, enlèvement du véhicule dans toutes les circonstances sur simple appel téléphonique. En échange, le client reçoit un véhicule relais de catégorie E minimum pendant toute la durée de l'immobilisation de son propre véhicule. En cas de panne ou d'un (●●●)

Interview

« Un moment spécial pour le monde automobile »



ERIC VALLIN, Président de la commission marketing au SNLVL.

F. A. : Avec l'entrée en force de la fiscalité verte, l'émergence du développement durable dans les flottes et plus récemment l'évolution économique générale, les services et prestations proposés par les loueurs ont-ils dû évoluer ?

Eric Vallin : Effectivement, c'est un moment spécial pour le monde économique et celui de l'automobile. Nos adhérents en sont bien conscients. Depuis dix-huit mois environ, l'orientation est clairement donnée en faveur de l'éco-fiscalité avec des conséquences importantes sur le choix des véhicules et des motorisations. Sur un parc à la route d'un million de véhicules, cette préoccupation verte prend peu à peu de l'ampleur au fur et à mesure des renouvellements de modèles par les entreprises. Cette émergence de la fiscalité verte et des préoccupations de développement durable ont bien sûr mobilisé les loueurs ; en 2007, près de 100 % de la profession a déclaré intégrer des décisions administratives qui ont transformé leur métier au quotidien. Tous ont pris le virage consistant à proposer des véhicules faibles en émissions de CO₂. La profession n'a pas vécu cela comme une contrainte, mais comme une évolution naturelle de son métier. Mais en même temps, dans notre stratégie marke-

ting quotidienne, nous n'avons pas pu faire tout à la fois : poursuivre le développement de services packagés et faire monter en puissance le conseil écologique. Cette évolution qui se traduit par davantage de simulations pour le compte de nos clients, destinées à vérifier le coût de leurs parcs, peut donner l'impression d'un ralentissement de l'innovation produit. Mais en fait, la sortie de nouveaux services et de nouvelles prestations s'est poursuivie.

Aujourd'hui, selon vous, le service donné aux entreprises clientes, c'est avant tout du conseil ?

Nous travaillons beaucoup, c'est vrai, sur le conseil aux clients. Il faut que l'entreprise ait, via son gestionnaire, une bonne connaissance de l'utilisation des véhicules par ses collaborateurs. Mais attention, il ne faut pas croire qu'il y a une rupture dans la chaîne des loueurs : nous continuons à délivrer des services nouveaux ; mais nous sommes aussi et de plus en plus, sollicités sur du conseil (pour choisir la meilleure prestation, le service sur-mesure ou un véhicule particulier). Internet est, à ce titre, un élément tout à fait déterminant pour la profession dans la mesure où il permet de réaliser des simulations pour le compte de nos clients et prospects et de développer une réflexion sur la dimension TCO, c'est-à-dire le coût complet d'utilisation du véhicule.

Y'a-t-il encore de la place aujourd'hui pour de l'innovation pure, ou devra-t-on se contenter d'améliorations de services existants ?

L'innovation a encore toute sa place dans notre métier et je reste persuadé que la profession innovera, notamment à cause de l'évolution des techniques embarquées. Toutefois, il est inutile de se jeter à corps perdu dans des technologies naissantes ; mieux vaut les laisser se développer, se structurer et éventuellement évo-

luer. L'innovation ne doit pas se transformer en contrainte. Au bout du compte, le loueur ne doit jamais oublier qu'il a en face de lui des clients entreprises qui souhaitent se recentrer sur leurs métiers. Dans l'assemblage des services, il est donc essentiel de respecter leurs processus et de se rapprocher au maximum des besoins des utilisateurs finaux que sont les conducteurs. Sans oublier le prix que le client acceptera de payer.

Comment définissez-vous les grands axes du développement produits des loueurs au cours des derniers mois ?

Il y a une certaine constante depuis 2007. Une bonne moitié de la profession a développé ou affiné ses outils de reporting sur le web et étoffé ses outils pédagogiques autour de la fiscalité verte et du bonus-malus. Certains ont proposé des guides fiscalité, d'autres des supports d'informations en interne. Je constate qu'une majorité d'utilisateurs des véhicules loués disposent maintenant de « plates-formes conducteurs » qui les informent sur les questions de sécurité et le bon usage de leur voiture. Sur le front des prestations proprement dites autour du véhicule, je serai tenté de parler d'éclectisme de l'offre. Certains optent pour des packages pour les TPE-PME, quand d'autres déclinent les services à la carte. Sur 2007, environ 73 % des loueurs offraient des solutions packagées, 53,5 % faisaient aussi ou uniquement des prestations à la carte, tandis que 33 % ne le proposaient qu'aux grands comptes.

Et pour l'avenir, quels sont les grands dossiers marketing en cours pour le syndicat de la profession ?

Il y a d'une part, tout le volet conseil aux gestionnaires et d'autre part, la poursuite de la mise au point de services packagés aux TPE. Enfin, la notion de TCO est appelée à prendre de plus en plus d'importance.

(...) accident, le client VIP est assuré de recevoir un véhicule de remplacement de catégorie D minimum et ce, pendant toute la durée des travaux. En cas de vol ou lorsque le véhicule est réduit à l'état d'épave, ALD Automotive offre le véhicule de remplacement de catégorie D au minimum pour une période pouvant aller jusqu'à 45 jours.

L'assistance est également revisitée par les équipes marketing et produits d'ALD Automotive. Désormais, l'assistance VIP prend en charge l'utilisateur et assure sa mobilité avant même de s'occuper du véhicule. S'il ne peut plus rouler, le loueur met à disposition du conducteur et de ses passagers jusqu'à 4 taxis. Il peut également regagner son domicile ou continuer son voyage en taxi, avec un véhicule de remplacement de catégorie équivalente, en train en 1^{re} classe ou en avion (classe business). Pendant la durée d'immobilisation, le collaborateur dispose d'un véhicule de remplacement de catégorie D minimum.

L'assistance VIP d'ALD Automotive prend également en charge l'hébergement dans un hôtel de catégorie supérieure pour le collaborateur et ses passagers dans la limite de 4 nuits par personne. Et une fois réparé, le véhicule est rapatrié chez l'utilisateur s'il est immobilisé à plus de 50 kilomètres de son domicile.

Aon Auto tente une nouvelle facturation

Aon Auto teste actuellement pour les 450 véhicules d'un de ses clients (une collectivité locale), « la facturation à l'événement ». « Nous travaillons ce produit pour des parcs qui roulent relativement peu, mais qui ont néanmoins besoin d'entretien et d'assistance. Nous sommes actuellement dans la phase d'évaluation des tarifs à pratiquer », explique Xavier Bénard, responsable des services. « Nous pourrions avoir des tarifs à l'acte pour le véhicule de remplacement, les pneumatiques ou le dépannage, plutôt que de nous rémunérer au forfait ou par honoraires. » Xavier Bénard estime que cette démarche de « facturation à l'événement » peut se révéler intéressante pour des collectivités locales dont



XAVIER BÉNARD
Responsable
des Services
chez Aon
Auto.

les garages intégrés sont de plus en plus dépassés par la technicité croissante des moteurs. Aon Auto Services essaye donc de créer un nouveau marché, à 5 ans que ses ambitions de développement à long terme sont très ambitieuses : il veut doubler son parc en gestion à 80 000 unités. Reste pour Xavier Bénard à dimensionner au plus près les équipes dédiées à cette prestation par rapport au chiffre d'affaires prévisionnel sur lequel il peut compter (dans le cas de la tarification au forfait ou par honoraires, le chiffre d'affaires est connu à l'avance).

Arval vise les TPE et les PME avec l'assurance

« Parce qu'on n'assure pas un véhicule professionnel comme un véhicule perso », la filiale de BNP Paribas se lance dans l'assurance des flottes de moyenne taille. La (...)

SERVICES EN BREF

> La carte Arval-DKV bouscule le marché des carburants.

Avec la flambée des prix à la pompe et alors que le poste carburant représente désormais 30 % du TCO (contre 25 % avant), cette carte multi-



pétroliers lancée en mai dernier permet aux entreprises d'accéder à des informations

sur les prix des carburants affichés à la pompe et sur l'optimisation d'itinéraires. La carte DKV permet d'atteindre des prix facturés moyens inférieurs d'environ 10 % aux prix des cartes actuelles, notamment pour les petites entreprises qui bénéficient de remises mineures auprès des pétroliers. Elle donne accès à 7 enseignes (pétroliers nationaux, régionaux et GMS) alors que les cartes traditionnelles sont utilisables dans trois enseignes au maximum. Au total, la carte Arval-DK est acceptée dans plus de 30 000 stations en Europe et 2 400 en France. A fin août, Arval annonçait avoir placé 700 cartes chez les TPE-PME.

> Prodigio monte en puissance.

Entre 33 et 35 000 cartes de fidélité Prodigio ont été distribuées depuis leur lancement par ALD Automotive. n chiffre en ligne avec les prévisions de départ, selon Eric Trelet, directeur commercial

d'Ald Automotive France. Le loueur rencontre parfois certaines difficultés lorsqu'il est en partage de parc pour diffuser Prodigio, les gestionnaires de parcs ne souhaitant pas créer de différences de traitement entre leurs salariés. ALD Automotive évalue à 10 % les économies réalisées sur l'entretien des véhicules grâce à l'emploi de la carte Prodigio dans le réseau des partenaires agréés.

> Une garantie Perte financière chez Masterlease.

Avec la Perte financière Pack Pro, la filiale location longue durée de GM permet de verser au locataire une indemnité en cas de perte totale du véhicule assuré. La garantie Perte financière Pack Pro ouvre également droit à la prise en charge par l'assureur de l'indemnité de Retour Anticipé (IRA) en cas de cessation anticipée du contrat de location liée à une rupture du contrat de travail, la mise en œuvre d'une procédure collective.

> Des systèmes de navigation chez Sixt.

Depuis cet été, le loueur annonce la mise à disposition d'outils de navigation portables dans l'ensemble de ses véhicules de location à travers l'Europe.

> Lavage à la main chez Fast Lease.

Le spécialiste de la location longue durée de voi-

tures et de scooters pour les micro-flottes (1 à 5 unités sans dépasser 30 véhicules) propose deux nouvelles prestations à ses clients. Avec Groom Fast, le loueur récupère le véhicule du client à son bureau ou chez lui (uniquement valable en région parisienne et sur Aix en provenance). Et avec Clean +, il est possible de faire laver sa voiture à la main, le matin dans un grand nombre de parkings parisiens, ou sur l'heure du déjeuner.

> Assurances : Ne payer que l'usage et rien d'autre...

Il y a presque un an, Cofiparc avait innové en lançant son contrat d'assurance à destination des distributeurs automobiles, Mobirhythm. A l'époque, ce contrat permettait aux entreprises de ne payer que les kilomètres réellement parcourus à travers plusieurs formules de souscription. Depuis, cette pratique a fait tâche d'huile. L'assureur Aviva, filiale de Norwich Union, planche sur une solution d'assurance Payd, adaptée à la législation française. Quant à Solly Azar, il commercialise une prestation similaire pour les jeunes conducteurs et vient également, via sa filiale Dif Assurances, de mettre sur le marché une solution pour les « micro-flottes », c'est-à-dire les petites sociétés à partir du second véhicule (lire notre enquête en page 26).



La nouvelle offre d'assurance d'Arval prévoit la mise à disposition d'un véhicule relais en cas d'accident.

(...) prestation commercialisée par Greenval Insurance, la compagnie d'assurance créée par Arval en 2006, s'adresse notamment aux décideurs des TPE et des PME disposant de flottes de moins de 50 véhicules. « Dans 70 % des cas, nos interlocuteurs acheteurs ne traitent pas de la question assurance, alors même que ce poste représente entre 10 et 15 % du budget flotte de l'entreprise, juste derrière le carburant », rappelle le directeur commercial France Jean-Loup Savigny. Or, ajoute-t-il, gérer l'assurance d'un parc automobile est un bon moyen de fidéliser le client et de s'installer durablement chez lui. Dans le détail, cette prestation assurance prévoit la mise à disposition du véhicule relais illimité en cas d'accident (si l'assurance et la prestation véhicule relais sont souscrites chez le loueur), un certain nombre de garanties (marquage assuré, couverture du solde dû de la



En mai dernier, le loueur CarGo a lancé l'offre d'auto-partage Car Liberté avec Savoie Technolac, un technopôle qui réunit 200 entreprises. Ce service de réservation des véhicules est dédié aux sociétés.

Gérer l'assurance d'un parc automobile est un bon moyen de fidéliser le client et de s'installer durablement chez lui.

Jean-Loup Savigny, ARVAL

LLD en cas de véhicule irréparable ou volé), une prime réglée mensuellement avec la facture LLD et calée sur le contrat de location (pas de décalage entre l'arrêt de l'assurance et la restitution du véhicule).

Le loueur annonce également le lancement d'un programme baptisé « Mesure & Management » qui permet d'améliorer la conduite des conducteurs et l'utilisation de leurs voitures grâce à la télématique embarquée. Arval s'est associé pour l'occasion à Peugeot pour intégrer son service Peugeot Active Fleet Data. L'objectif est d'améliorer grâce à une bonne conduite, les coûts carburant, la sinistralité et les coûts associés, sans oublier les émissions polluantes. Arval précise que ce partenariat s'appuie sur la sélection de 200 utilisateurs représentatifs au sein de ces entreprises, la formation de la moitié d'entre eux et la mesure des écarts avec les conducteurs non formés, l'équipement de l'ensemble des véhicules tests de boîtiers pour acquérir les informations recherchées, la définition d'indicateurs clés de performance pour les suivre et les comparer.

CarGo décline l'auto-partage

Optimiser et rendre plus flexibles les déplacements, c'est bien ce qu'a compris CarGo qui a lancé en mai l'offre d'auto-partage baptisée « Car Liberté » avec Savoie Technolac, un technopôle fort de 200 entreprises et très enga-

gé dans les transports alternatifs. Dans le détail, il s'agit d'un service de réservation de véhicules dédié à des sociétés. Le véhicule peut être réservé à tout moment et utilisé par un adhérent au moyen d'un badge, et la société cliente ne paye que l'usage (à l'heure ou au kilomètre). Les réservations se font 24h/24 et 7j/7. L'auto-partage a d'ailleurs le vent en poupe puisque

Okigo (l'offre d'Avis et de Vinci Park) dispose désormais d'une formule sans abonnement à l'heure, Presto. Fort de 25 stations en France, Okigo, propose 170 automobiles en libre-service (dont des Smart).

Le loueur savoyard qui fête cette année ses 20 ans d'existence développe parallèlement une qualité de service aux entreprises, tant en terme d'horaires que de produits adaptés au secteur du BTP, au transport frigorifique aux collectivités locales ou encore aux tour-opérateurs (avec un parc de 200 minibus en location).

(...)

CITROËN S'ENGAGE SUR LE TCO

Chez les constructeurs aussi, le TCO est une priorité «haute». Tout comme la poursuite des gains de parts de marché sur le segment des TPE, leur marché naturel. Des offres nouvelles spécifiques destinées aux artisans, commerçants et très petites entreprises ont ainsi vu le jour chez Renault et Citroën.

Citroën Partenaire Entreprises vient ainsi d'élargir sa formule de location « Prêt à louer » lancée il y a 18 mois et valable sur l'ensemble de la gamme. « Depuis le 1^{er} septembre 2008, nous complétons notre offre et proposons un nouveau package à destination des entreprises ayant des

parcs plus importants : le P@ck 3D Pro. Il s'agit d'une formule complète incluant l'entretien et la maintenance



du véhicule (assistance Citroën inclus), la gestion de parc sous Internet avec accès à notre logiciel dédié Interp@rc2 et enfin, la gestion carburant », explique la marque aux chevrons. Le constructeur a par ailleurs enrichi son offre avec le lance-

ment du service Citroën Active Fleet Data. « Il s'agit d'un service spécialement conçu pour les clients profession-

nels, clé en main, qui permet de disposer automatiquement et deux fois par semaine d'informations précises liées à l'usage du véhicule telles que le kilométrage compteur, des éléments de diagnostic (ex niveau d'huile), des alertes mécaniques (ex kilomé-

trage restant à parcourir avant la révision), ou encore des alertes de sécurité (ex détection de sous gonflage des pneumatiques) », détaille le constructeur. Notons que l'Active Data Fleet est aussi disponible désormais chez Peugeot sur le Nouveau Partner.

LeasePlan parie sur l'atelier mobile

LeasePlan a lancé cet été avec Euromaster un atelier mobile qui se déplace sur le site des entreprises pour les diverses opérations d'entretien et quelques petites interventions à réaliser. Ce service est accessible sur rendez-vous, chaque jour de la semaine entre 8h00 et 18h00. LeasePlan, dans un premier temps, développe ce concept pour ses clients de l'ouest de l'Île de France (départements 92, 95, 93, 78), disposant d'une aire de stationnement privative en surface. Dans le détail, les opérations sont effectuées par des techniciens spécialisés, capables de changer les pneus, le contrôle visuel de la géométrie et le contrôle visuel systématique de l'état de freinage de l'avant du véhicule.

Notons que sur demande de l'entreprise, il est aussi possible de bénéficier d'une visite du parc pour une estimation générale de l'ensemble des véhicules et la vérification des pressions.

Le loueur de Rueil-Malmaison (Hauts-de-Seine), qui fête cette année ses 30 ans d'implantation en France, profite aussi de l'ac-



Lancé cet été en partenariat avec Euromaster, l'atelier mobile de LeasePlan se déplace sur le site des entreprises pour les opérations d'entretien et les petites interventions à réaliser.

quisition de son confrère DCS Fleet pour s'intéresser à la clientèle VIP. Avec « Privilège mobilité », DCS Fleet garantit la mise à disposition d'un véhicule et la prise en charge des opérations liées en cas de révision ou de rappel constructeur pour les membres des comités de direction et les VIP. Le collaborateur contacte un call utilisateur de DCS Fleet

et les chargés de l'assistance du loueur mettent en marche une série d'opérations : rendez-vous avec le prestataire, enlèvement du véhicule, suivi des opérations, nettoyage du véhicule et restitution. A noter que cette prestation est disponible actuellement uniquement sur Paris et région parisienne, Toulouse, Lyon, Marseille. ■

Interview

« Depuis 30 ans en France, LeasePlan est précurseur »



RAPHAËL ALMERGE,
Responsable marketing
et communication de LeasePlan.

F. A. : LeasePlan célèbre ses 30 ans de présence en France. Quel bilan dressez-vous sur le plan des services proposés à vos clients ?

Raphaël Almerge : Depuis 1978, nous avons essayé (et plutôt bien réussi) de développer des solutions et des services innovants. Nous sommes à l'origine du Livre Ouvert, une solution que nos concurrents ont essayé d'imiter sans vraiment y parvenir. Nous occupons aujourd'hui la 5^{ème} place sur le marché de la LLD en France avec un parc automobile de plus de 120 000 véhicules. Notre atout est notre gamme complète de solutions de gestion de flottes personnalisées à des sociétés internationales, locales et régionales. Nos solutions forfaitaires plus flexibles s'adressent également à des parcs automobiles moins importants et aux particuliers. Le nouvel outil d'aide à la gestion des flottes, Fleet Reporting, que LeasePlan a lancé en 2007 et qui est accessible depuis son portail des gestionnaires, rencontre un grand succès auprès des utilisateurs. Et ce printemps, dans un souci de mieux servir ses clients en Région Parisienne, LeasePlan a mis à la disposition des entreprises de l'Ouest de l'Île-de-France un Atelier Mobile, garantissant un traitement prioritaire et une intervention gratuite directement sur site pour les entretiens pneumatiques.



Quels sont les axes de développement de LeasePlan en matière de services ?

Aujourd'hui, notre cible première est d'assurer la mobilité des collaborateurs de nos clients. Nous avons toujours comme priorité la satisfaction des gestionnaires de parcs, qui doivent être déchargés de toutes les contraintes liées aux déplacements de leurs collaborateurs. Ces derniers ont besoin d'être parfaitement informés du mode de fonctionnement de leur contrat et des règles d'entretien du véhicule. C'est dans cet esprit que nous avons lancé cet été notre e-solution, le portail conducteurs, une véritable assistance offerte via Internet à tous les conducteurs. Une « foire aux questions » répond aux principales interrogations des utilisateurs et aux-

quelles les gestionnaires n'ont pas toujours la réponse immédiatement (bris de glace, gestion de sinistre, immobilisation, PV, véhicule de remplacement, etc.). La vocation pratique de ce portail ne s'arrête pas là puisque des systèmes de recherche de prestataires sont également proposés, ou encore de préparation d'itinéraire ou de prévision météo. L'avenir passera par les services internet et les technologies embarquées.

Le concept de TCO, qui permet d'évaluer le coût de détention et d'utilisation global d'un véhicule, s'impose au sein des flottes. Comment répondez-vous à cette demande des gestionnaires ?

Nous sommes très sensibles à cette démarche TCO et dans un proche avenir, nous allons proposer des solutions visant à répondre aux attentes de nos clients. La première étape est notre programme Green Plan qui a été lancé à l'échelon international et que nous déployons actuellement en France. Ce programme permet une approche de réduction des émissions de CO2 et d'optimisation des conditions de conduite des véhicules. Aujourd'hui, c'est le gestionnaire de parc qui a entre les mains les clés de cette optimisation en partenariat étroit avec son loueur.