

une initiative qu'elles n'auraient jamais prise d'elles-mêmes", souligne Philippe Brendel.

Statut social et niveau hiérarchique

Des voitures plus petites et moins puissantes...
Les collaborateurs qui perçoivent la voiture de

Elles veulent tenir un certain standing sans pour autant payer le malus. Avant, elles demandaient des voitures puissantes et suréquipées, maintenant ce qui les intéresse c'est le type de motorisation. En 2 ans de temps, les demandes ont évolué : il n'y a pas très longtemps avoir un 4X4 comme

“Pressions sociales et réglementaires poussent désormais les entreprises à se tourner vers des voitures plus propres et à terme vers des énergies alternatives ou des moteurs hybrides”

fonction comme une partie de leur rémunération sont-ils prêts à changer leurs habitudes et perceptions ? Le véhicule de fonction est le troisième avantage proposé aux salariés pour les motiver et les fidéliser (33 %) après l'assurance santé complémentaire (65 %) et la retraite (56 %). Pour les entreprises de plus de 100 salariés, elle arrive même en deuxième position. *“Pour beaucoup la reconnaissance sociale passe par la voiture. La taille de la voiture de fonction est un plus dans le package social proposé par une entreprise à ses collaborateurs. Difficile dès lors de tout minimiser soudainement au nom de contraintes environnementales. Il existe aussi les commerciaux qui n'ont pas d'autre choix que de rouler en grosse berline : ceux qui couvrent des secteurs larges, qui roulent beaucoup”,* rappelle Philippe Brendel. **Si la taille de la voiture a longtemps été considérée comme représentative du statut social et du niveau hiérarchique de l'employé et de la bonne santé économique de l'entreprise, cette idée devrait s'effacer petit à petit pour Cédric Alexandre, PDG de Fast**

voiture de fonction était bien vu, maintenant c'est un désavantage”. Les constructeurs redoublent désormais d'ingéniosité pour combler cette double exigence.

Berlines puissantes mais écologiques

Les berlines se font de plus en plus propres - des modèles de plus en plus rejetés par les particuliers, que les constructeurs cherchent à placer dans les flottes. Ainsi, les ventes de Laguna chez Renault devraient être assurées à 50 % auprès des entreprises tandis que la C5 chez Citroën vise les 60 %. *“Les nouvelles berlines consomment moins et les moteurs thermiques font leur apparition”,* se félicite le directeur de l'OVE Philippe Brendel, tandis que Jean-Loup Savigny d'Arval constate que *“si les gros moteurs de berline disparaissent petit à petit, ce n'est pas le cas des gammes”*. Ainsi, les nouvelles berlines sont, dès leur conception, imaginées pour satisfaire les besoins des entreprises. *“Depuis le 1^{er} octobre, nous commercialisons les nouvelles C5 berline et Tourer “Airdream” équipées de mo-*

Le véhicule de fonction est le troisième avantage proposé aux salariés pour les motiver et les fidéliser (33 %), après l'assurance santé complémentaire (65 %) et la retraite (56 %)

Lease, société de location longue durée : *“auparavant, afficher de belles voitures puissantes et suréquipées témoignait de la bonne santé de l'entreprise. Aujourd'hui, montrer que l'on se préoccupe de l'environnement est représentatif d'une entreprise citoyenne”*. Pour Francis Harnie, directeur de Peugeot Parc Alliance, toute la difficulté réside donc dans la combinaison entre respect de l'environnement et représentation valorisante : *“les entreprises essaient de trouver des solutions de mobilité sans ternir leur image.*

torisations HDi émettant 140g de CO2/km. Par ailleurs, nous allons lancer dans les jours à venir une gamme spécialement conçue pour la clientèle entreprise : “Airdream business” propose une adéquation entre émission de CO2, équipements de série, et prix compétitif”, se félicite Arnaud de Lamothe chez Citroën. Peugeot planche, quant à lui, sur son projet présenté lors du dernier salon de l'automobile et appelé Prologue. *“Il s'agit d'un crossover sur le modèle de la 308. Le modèle intègre une mécanique hybride permet-*

qui ne dure qu'une journée avec, au final, une économie de carburant espérée qui rembourse le prix de la formation”, se félicite Benoît Cholot. *“Mais il faut régulièrement faire des piqûres de rappel, le conducteur risquant de reprendre ses mauvaises habitudes aussi vite qu'il les a perdues”,* met en garde Philippe Brendel. Le directeur de l'OVE encourage les entreprises à développer un esprit citoyen en multipliant

aussi partie des solutions. L'externaliser de la gestion de flotte et ainsi la possibilité d'éviter l'achat, fait de plus en plus d'émules. Le secteur s'octroie 17,1 % de part de marché du secteur global du véhicule d'entreprise. Jean-Loup Savigny d'Arval assure que *“la LLD permet de réaliser une économie de 20 % au minimum par rapport à l'achat, notamment parce que nous travaillons avec des grossistes, ce qui nous permet d'è-*

“Les carburants alternatifs ne prennent pas. En parallèle, les moteurs à essence vont faire de grands progrès en permettant de consommer 25 % de moins”

l'usage de *“moyens multimodaux comme l'autopartage - mise à disposition d'un véhicule pour quelques heures sur le système de Vélib”, le vélo ou les transports en commun en fonction de la distance”*.

La location longue durée, une partie de la solution

La location longue durée (LLD), c'est-à-dire la location de véhicule au-dessus de 12 mois, fait

tre compétitifs. Enfin, parce que les dépenses sont budgétées : nous adaptons une loi de roulage en fonction de l'utilisation et les offres en fonction du marché”. Des loueurs qui soignent leur image en plus de leur parc automobile *“up-to-date”,* en participant à des initiatives écologiques. **“Chez Arval, nous sommes capables de chiffrer la pollution de nos véhicules. Cette somme est ensuite allouée à des projets écologiques”,** se félicite Cédric Alexandre. ■