

## **Synthèse du Livre Blanc Observatoire du Véhicule d'Entreprise**

*Le véhicule électrique pour l'entreprise  
Points de vue et recommandations des entreprises pour le déploiement du véhicule électrique  
24 mars 2010*

L'Observatoire du Véhicule d'Entreprise a organisé un cycle de réunions de travail autour du thème « Véhicules Electriques et Entreprises ». Ce cycle réunissait entre juin 2009 et janvier 2010 une vingtaine de représentants d'entreprises de différents secteurs d'activités<sup>1</sup> et de collectivités territoriales, dans le but d'échanger et de définir les conditions de l'adoption potentielle du véhicule électrique par leur structure.

### **L'entreprise, une piste privilégiée pour le développement du marché du véhicule électrique**

Le constat est maintenant partagé : une évolution générale de la mobilité des entreprises pour des raisons environnementales (rejets de CO<sub>2</sub>) et économiques (prix du carburant) et le choix gouvernemental de mettre l'accent sur le véhicule électrique comme mode de mobilité complémentaire au véhicule thermique.

Dans cette approche gouvernementale, décrite notamment dans le plan national pour le développement du véhicule électrique et hybride rechargeable, les entreprises sont invitées à être le lieu d'expérimentation puis de déploiement privilégié du véhicule électrique. Ceci se justifie par plusieurs facteurs.

En termes de volumes, les véhicules d'entreprise représentent environ le tiers des immatriculations globales de véhicules particuliers et véhicules utilitaires sur le marché français, soit 830 000 véhicules en 2008<sup>2</sup> dont la moitié financée en Location Longue Durée (LLD).

Par ailleurs, l'entreprise, du fait de certains usages des véhicules (usages prédictibles, tournées, zones urbaines ou semi-urbaines) et des infrastructures dont elles disposent (stationnement avec la possibilité de déployer des bornes de recharge électrique), apparaît comme le candidat idéal à l'adoption de la voiture électrique.

Ainsi, l'engagement d'entreprises, de collectivités territoriales et de services de l'Etat de lancer les premiers appels d'offres communs pour l'acquisition de 100 000 véhicules électriques d'ici 2015 s'inscrit dans cette logique.

---

<sup>1</sup> Référence : la composition du groupe de travail en fin de note.

<sup>2</sup> Chiffre n'intégrant pas la Location Courte Durée ni les voitures de démonstration – intègre les ventes à la Location Longue Durée (représentant près de la moitié du marché)

## **Conditions pour un engagement des entreprises : démontrer la viabilité économique du véhicule électrique et rassurer sur la transparence et la cohérence des informations disponibles**

Les entreprises s'engagent et souhaitent aller plus loin pour limiter leur impact environnemental. Les entreprises ne sont pas des institutions philanthropes, et s'engager dans une politique d'acquisition et de développement d'une nouvelle organisation adaptée aux véhicules électriques suppose l'existence d'un bénéfice économique réel.

Les entreprises souhaitent mettre en valeur leurs spécificités et leurs perceptions vis-à-vis du véhicule d'entreprise pour que celles-ci soient prises en compte dans la stratégie nationale du déploiement du véhicule électrique.

Les membres du groupe de travail proposent ainsi des conditions qui permettront de créer un contexte propice à leur engagement.

### ***1. Considérer le Coût Global de détention du véhicule électrique dans les politiques fiscales d'encouragement à l'acquisition de véhicules électriques***

L'acquisition d'un véhicule par une entreprise se fait sur la base du calcul du TCO (Total Cost of Ownership) ou coût global de détention d'un véhicule. Il peut être défini comme l'ensemble des coûts relatifs à l'exploitation d'un véhicule par une entreprise (coût à l'achat, dépréciation, frais financiers, frais d'entretien, carburant, assurances, fiscalité, coûts de gestion du parc,...)

Quel que soit le modèle de financement qui sera associé (location longue durée, achat, location ou non de la batterie,...), ce coût doit être à minima égal à celui d'un véhicule thermique en incluant également les coûts supplémentaires liés à la nouvelle organisation de la mobilité comme la gestion du partage des véhicules ou la modification de l'organisation des tournées. Selon les informations encore partielles disponibles à ce jour, le coût d'un véhicule électrique de segment A ou B pourrait atteindre 30 à 35 000 € TTC (batterie incluse). Les comparatifs de Coût de Détention Global d'un petit véhicule citadin statutaire effectués sur les hypothèses connues en ce début d'année montrent un surcoût du véhicule électrique de l'ordre de 30%, bonus de 5 000 € déduit, par rapport à son équivalent diesel. Sur un véhicule utilitaire, l'écart serait de l'ordre de 15%. Le bonus de 5 000 € à l'achat proposé par l'Etat et l'avantage tarifaire de l'énergie électrique, ne couvrent donc qu'une partie du surcoût (induit principalement par la batterie du véhicule). L'aide publique directe ou indirecte au démarrage doit être réévaluée pour permettre aux entreprises de supporter ce surcoût.

Les entreprises font des propositions pour atteindre cet équilibre, en harmonisant et favorisant la fiscalité des véhicules électriques d'entreprise, notamment en proposant d'aligner la fiscalité des véhicules électriques particuliers sur celle des véhicules

électriques utilitaires pendant la période de montée en charge industrielle du véhicule électrique (récupération de la TVA à l'achat, sur les loyers et sur les frais d'entretien, suppression de la non déductibilité des amortissements, suppression ou minoration de la taxation au titre des avantages en nature ...). Cette période de montée en charge pourrait couvrir les années 2010 à 2015.

## ***2. Rassurer sur la cohérence globale des axes réglementaires***

Les entreprises ont noté plusieurs points concernant les axes réglementaires proposés ou en construction liés au véhicule électrique. Aujourd'hui, un manque de lisibilité globale accroît la réticence des entreprises. La cohérence des réglementations liées à la standardisation technique, à la politique des transports et de la ville, au déploiement de l'infrastructure de recharge, doit être affichée et lisible par les entreprises, et cela à la fois aux niveaux territorial, national et européen.

## ***3. Assurer la transparence de l'information disponible***

La diffusion de certains messages contradictoires concernant la disponibilité d'une offre abordable de véhicules électriques peut avoir un effet négatif sur la création de la demande. Une plus grande précision des informations officielles permettrait de faciliter l'étude de l'opportunité économique et environnementale du véhicule électrique pour l'entreprise.

Trois thématiques ont été identifiées :

- L'offre des constructeurs : calendrier des lancements, performances des batteries (autonomie, temps de recharge, durée de vie, impact de la recharge rapide, ...), coûts et modèles économiques, présence d'un réseau de maintenance... .
- Les possibles évolutions du prix et de la disponibilité de l'électricité, en particulier sur le futur de la TIPP (Taxe Intérieure sur les Produits Pétroliers).
- Le bilan environnemental global d'un véhicule électrique, depuis les matières premières jusqu'aux processus de recyclage, en passant par les modes de production de l'électricité nécessaire à son utilisation.

## **Alors que la mobilité est un enjeu fort des entreprises, le véhicule électrique est perçu essentiellement comme une contrainte**

Les freins remontés par les entreprises lors des sessions de travail font part d'une identification claire des impacts engendrés par les véhicules électriques sur leur mode de fonctionnement. Aujourd'hui, le degré de contrainte associé est perçu comme étant très élevé, tant sur l'organisation de l'entreprise (disponibilité de l'infrastructure de recharge, nouvelles formes d'organisation des déplacements, mise en place de technologies nouvelles de gestion de flottes), que sur les perceptions en interne et la nécessaire évolution des comportements, alors que le bénéfice social est difficilement démontrable.

Dans le même temps, les entreprises perçoivent l'intérêt du véhicule électrique pour répondre aux politiques d'amélioration en terme d'empreinte écologique sur l'environnement. Dans ce cadre, les modes de gestion de la flotte de véhicules permettent d'afficher des progrès rapides et d'adresser des messages forts aux collaborateurs et à leurs parties prenantes. Les entreprises sont sensibilisées et ont commencé depuis plusieurs années à revoir leur politique de déplacements, à favoriser les modes de transports alternatifs (transports en commun en particulier) et à expérimenter parfois de nouvelles carburations (hybride) ou de nouveaux services (autopartage, covoiturage).

C'est en cohérence avec cette nouvelle approche des déplacements que devra s'intégrer le véhicule électrique.

### **Composition du groupe de travail**

**Les secteurs d'activité** : opérateur télécom, ascensoriste, gestionnaire de parking, laboratoire pharmaceutique, entreprise de service funéraire, organisme de contrôle, mutuelle d'assurance, collectivités locales, groupe de textile et habillement, producteur de matériaux, producteur de semences, producteur de système de gestion électrique, ou producteur de composants électriques...

**Les tailles et usages des flottes** : de quelques centaines à plusieurs dizaines de milliers en France et dans le monde – jusqu'à 35 000 km par an par véhicule. Le groupe de travail représentait un total de 150 000 véhicules en parc.

Le groupe a été animé en collaboration avec 4icom – société de conseil et de services – spécialisée sur les questions de mobilité, mobilité numérique et mobilité urbaine.