



## **On the Move #6 : Comment les entreprises développent leurs flottes de véhicules électriques ?**

**Avec Ingrid Pautrat, Directrice de la transition vers le véhicule électrique chez Arval**

Octobre 2024 - BNP Paribas podcast transcript :

**Journaliste Nathalie Croisé [N.C.] Bonjour et bienvenue dans « On the Move », le podcast dans lequel les experts de BNP Paribas décryptent les enjeux de la mobilité durable. Dans cet épisode, je reçois Ingrid Pautrat. Bonjour.**

**Ingrid Pautrat, Directrice de la transition vers le véhicule électrique chez Arval [I.P.]  
Bonjour Nathalie.**

**[N.C.] Bonjour Ingrid. Vous êtes responsable des véhicules électriques chez Arval, spécialiste des solutions de mobilité du Groupe BNP Paribas. Ensemble, nous allons analyser le développement des flottes de véhicules électriques au sein des entreprises. Un sujet qui sera très certainement au cœur des échanges lors du prochain Mondial de l'Auto de Paris. Je le disais, vous êtes Directrice de la transition vers le véhicule électrique chez Arval. Ce qui est important, avant de parler du sujet de ces flottes de véhicules électriques, c'est d'abord de savoir de quoi on parle. De quoi parle-t-on quand on parle de véhicule électrique ?**

[I.P.] Très bonne question. Pour répondre très simplement, sans rentrer dans des détails techniques, le véhicule électrique comporte trois catégories. Donc la première, le « Hybrid Electric Vehicle ». C'est un véhicule qui a à la fois un moteur thermique et un moteur électrique avec une petite batterie qui est uniquement rechargée grâce aux phases de décélération et de freinage de la voiture. La deuxième typologie de véhicule électrique, c'est le PHEV: « Plug-In Electric Vehicle - Hybrid Electric Vehicle ». Cette voiture-là, en fait, a la possibilité, en plus de l'hybride véhicule électrique, d'être rechargée grâce à un câble de recharge. Et, la troisième catégorie, c'est le BEV : le « Battery Electric Vehicle ». C'est un véhicule qui a uniquement un moteur électrique, qui a un nombre de batterie conséquent, une autonomie très large et qui se recharge grâce à un câble de recharge récupérant l'électricité du réseau.

**[N.C.] Donc c'est important de bien comprendre quels sont ces véhicules, parce qu'il y a aussi des enjeux derrière. Vous parliez d'autonomie, de poids aussi du véhicule. Maintenant, on va passer, on va dire, au sujet du podcast : Comment ces véhicules électriques s'intègrent-ils aujourd'hui dans les flottes de véhicules des entreprises ?**

[I.P.] Alors évidemment, de plus en plus dans les flottes, soutenues par les politiques environnementales, les incitations fiscales. On a des réductions de taxe sur les véhicules, des subventions à l'achat, des avantages liés à la TVA également, mais aussi une prise de conscience accrue des impacts écologiques et économiques.

Le taux de pénétration du véhicule électrique, et principalement du « Battery Electric Vehicle », la troisième catégorie dont je vous ai parlé, est grandissant d'année en année. En Europe, aujourd'hui, on observe que plus d'un véhicule sur trois vendu est un véhicule électrifié. Et pour Arval, sur notre grande flotte de véhicules électriques, on a 1 700 000 véhicules en flotte - un peu plus - et sur ces 1 700 000 véhicules, on en a plus de 509 000 qui sont électrifiés, dont 206 000 qui sont « Battery Electric Vehicle ». Donc ça représente quand même une croissance, vous allez voir, elle est importante, de plus de 65 % versus 2023. Et sur les BEV et sur les EV tout court, on est à presque plus de 40 % de croissance versus 2023. Donc, c'est vous dire à quel point la tendance, en fait, elle est croissante sur la pénétration du véhicule électrique dans les flottes.

**[N.C.] Avec une vraie accélération. Vous avez commencé aussi à en parler, Ingrid Pautrat, des avantages aussi que ça peut représenter, vous avez commencé à en citer quelques-uns. Qu'est-ce qu'on peut dire de ces avantages aussi de flotte de véhicules électriques pour les entreprises ?**

[I.P.] Alors, il y en a plusieurs, évidemment. Je vais en citer quatre ou cinq, les plus importants pour moi. Donc le premier avantage, vous le savez : les entreprises aujourd'hui ont des objectifs de décarbonation qui ont été imposés par l'Europe, avec une ambition de réduire de 55 % les émissions de toutes les émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030, avec un objectif de neutralité climatique à 2050, via le Pacte vert. Et évidemment, le véhicule électrique contribue énormément à cette réduction au sein des entreprises. Donc ça, c'est le premier avantage.

Le second, les entreprises aujourd'hui ont encore des avantages fiscaux à l'achat du véhicule électrique, à la location, mais également à l'usage, du véhicule électrique. Donc pour elles, c'est un avantage non négociable en tout cas de sauter, si je puis dire, sur ces occasions dès maintenant.

Donc le troisième, les coûts d'usage du véhicule électrique sont moins importants que les coûts d'usage du véhicule thermique. Donc il y a une économie également pour les entreprises sur ce point-là. On a des coûts d'électricité qui sont moins importants que les coûts de carburant, mais aussi on a des coûts de maintenance liés à la voiture électrique qui sont bien moins importants que celui des voitures thermiques. Il n'y a pas, par exemple, besoin d'alimenter la voiture en huile. Il n'y a pas besoin de changer de courroie de distribution. Voilà, donc c'est toute une série de coûts qui, à l'usage, réduisent nettement l'impact sur les entreprises.

Le quatrième point, qui est important pour moi, c'est l'amélioration de l'image. Aujourd'hui, on a des jeunes générations qui sont très sensibles à ça, mais également les clients, mais également les partenaires. Vous savez qu'il y a de plus en plus d'entreprises qui, et notamment les grandes entreprises, qui se sont fixées des impacts RSE, l'image vis à vis des clients et des partenaires est très importante et celle des employés aussi, enfin c'est inévitable. Aujourd'hui, ça compte. Être dans une entreprise qui a un impact vert sur l'écologie et sur la planète c'est important pour les employés. Et le dernier point, et je pense qu'il est important, vous savez il y a de plus en plus en fait dans les pays, des zones ZFE et notamment en France.

**[N.C.] Les zones à faibles émissions.**

[I.P.] Merci ! Zone à Faible Emission. Et donc, pour une entreprise, si on veut que son commercial puisse aller au cœur d'une ville, il faut que la voiture lui permette d'y aller. Et en cela, le véhicule électrique aide beaucoup.

**[N.C.] Donc on a vu de nombreux avantages. Évidemment, il y a quand même des défis à relever puisqu'il faut aussi intégrer ces véhicules électriques dans la flotte d'entreprise. Quels sont les principaux défis à relever ?**

[I.P.] Alors il y a plusieurs défis. Ce qu'il faut savoir, c'est que le coût du véhicule électrique, il est supérieur à celui d'un véhicule thermique. Donc le coût à l'achat initial, il est plus important. Donc ça c'est un vrai défi en fait pour les entreprises. Non plus de considérer le véhicule électrique sur le financement lié à l'achat, mais le financement au global - ce qu'on appelle le TCO, le *Total Cost of Ownership* de la voiture. Ce que je voulais préciser un petit peu avant : le coût d'usage du véhicule électrique, il est moindre, donc l'équation finale, elle est positive, mais ça c'est quand même en fait à intégrer à l'entreprise en fait, au début.

Deuxième point, ce n'est pas si facile que ça de convaincre ses employés de passer au véhicule électrique. Donc il y a une vraie conduite du changement à opérer par les entreprises envers leurs employés et leurs commerciaux. Et conduite du changement pourquoi ? Parce que finalement, l'usage de la voiture, la conduite de la voiture, elle change peu ou prou, mais c'est surtout en fait la recharge de la voiture. Votre voiture thermique, vous allez à la station du coin, en cinq minutes vous avez fait le plein. La voiture électrique, c'est une autre organisation. Il faut la recharger. Et la recharge, elle prend un certain temps. Donc du coup, pour les entreprises, pour faciliter en fait l'usage de la voiture à leurs collaborateurs, ces entreprises, elles doivent s'équiper aujourd'hui de bornes de recharge et elles doivent également penser à équiper leurs collaborateurs au domicile de bornes de recharge. Parce que le meilleur moment pour charger sa voiture électrique, c'est quand on ne l'utilise pas. Donc quand vous dormez à la maison, quand vous êtes en télétravail ou au travail au bureau - parce qu'il faut un certain temps pour la recharger. Donc ça c'est un deuxième défi auquel les entreprises doivent faire face.

Le troisième défi auquel les entreprises doivent faire face, c'est la gestion du temps de recharge. Les plannings doivent être revus. Une entreprise qui a beaucoup de commerciaux en itinérance, il faut intégrer dans le planning des commerciaux le temps de recharge,

surtout si ce sont des trajets longs. Un trajet court, il n'y a pas de problèmes - maintenant on a des voitures électriques ont une autonomie de 500, 600 kilomètres - en revanche, sur les trajets longs, il faut intégrer le temps de recharge qui est de plus en plus rapide. Cela dit avec les super chargeurs et le réseau qui se développe dans tous les pays, c'est de plus en plus rapide.

Donc le quatrième point pour les entreprises, ce sont les incertitudes réglementaires : les subventions, les aides, ce n'est pas stable, ça va, ça vient. Il y en a eu beaucoup au début, ça tend à se réduire en fonction des pays et ça c'est une incertitude pour l'entreprise. Est-ce que ça va perdurer ? Donc ça, c'est le quatrième défi qu'elles doivent intégrer.

Le cinquième défi, on ne recharge pas un véhicule électrique sur le domaine public comme on alimente sa voiture en fuel. C'est à dire qu'on n'a pas la possibilité de recharger son véhicule électrique en utilisant sa carte bleue. Il faut une carte qui est fournie par un MSP, un *Mobility Service Provider* qui vous permet d'accéder au réseau le plus large de bornes de recharge. Parce que la carte bleue n'est pas aujourd'hui acceptée sur toutes les bornes de recharge du domaine public. Donc ça aussi, c'est une facilité qui doit être apportée par l'entreprise à ses commerciaux ou aux collaborateurs.

**[N.C.] Et j'imagine que c'est aussi une question d'image pour les entreprises.**

[I.P.] Évidemment, l'image est très importante pour les entreprises et les jeunes collaborateurs notamment y sont très sensibles. Mais c'est très important pour les employés aussi. C'est important pour les clients et pour les partenaires. Cette question d'image, donc oui, ce point-là est essentiel.

**[N.C.] On va détailler tous ces défis, et revenir aussi sur vos clients, la typologie des clients, parce que c'est aussi important d'en parler. Mais comme vous parlez d'infrastructures de recharge, comment Arval aussi surmonte-elle ces défis, et notamment en ce qui concerne cette question des infrastructures ?**

[I.P.] On a observé déjà, on a quelques années d'expérience maintenant sur le véhicule électrique, on a compris qu'il fallait qu'on apporte un soutien et du conseil à nos clients. Donc, on les écoute, on observe également leur comportement et on leur apporte les solutions les plus appropriées au regard de leur comportement. Et ça, ça passe évidemment par le véhicule électrique, mais pas que. On apporte aussi des solutions de vélos électriques, de « car sharing » également. Donc ça c'est le premier point : le consulting.

Autre point, je vous ai parlé du coût d'achat du véhicule électrique. Il est vrai que les véhicules électriques sont plus chers. Et donc du coup, pour aider nos clients à mieux gérer leurs finances, on a intégré dans nos catalogues des marques asiatiques qui proposent des véhicules électriques qui sont moins chers. On a du BYD, du Hyundai et du Kia notamment, qui permettent d'apporter un véhicule plus accessible en fait, à toutes les entreprises.

Et le troisième point sur la partie recharge, parce que les indicateurs le prouvent, on a 80 % des recharges finalement qui se réalisent entre le domicile et les espaces de bureaux, et uniquement les 20 % sur le domaine public. Pour cette partie-là, on apporte des facilités

côté Arval. Donc on a des facilités de financement, notamment : on accompagne les entreprises à équiper leurs collaborateurs et les parkings de leurs bureaux en bornes de recharge. Donc ils ont, via Arval, la possibilité de louer ces bornes de recharge ou ils ont des facilités de financement des bandes de recharge grâce au groupe BNP Paribas, en s'appuyant sur nos collègues de Leasing Solutions. Et parce que c'est aussi important sur le domaine public, on a créé une carte, *Arval Energy*, qui apporte à nos conducteurs l'accès à plus de 600 000 bornes de recharge en Europe. Et en plus, c'est grandissant parce que le réseau s'élargit. Donc avec une carte unique, ils peuvent accéder à plus de 600 000 points de recharge en Europe.

**[N.C.] Donc, Ingrid Pautrat, on a parlé évidemment pas seulement d'infrastructures, mais aussi de véhicules, et c'était important de savoir ce que vous proposez. Est-ce que vous avez une typologie particulière de clients aussi qui, on va dire, vont plus facilement vers le véhicule électrique ?**

[I.P.] Alors évidemment, les grandes entreprises, il y a quelques années, avec le Pacte vert, notamment la neutralité électrique, elles se sont définies des objectifs RSE. Et donc, pour répondre à ces objectifs, elles ont besoin d'électrifier leurs flottes. Donc les grandes entreprises, les multinationales, ce sont évidemment les premières entreprises qui ont migré dans cette transition énergétique. Les deuxièmes typologies d'entreprises qui ont vraiment été vers cette technologie-là, ce sont les entreprises du secteur public et les collectivités locales. Vous vous doutez bien, elles ont besoin de montrer l'exemple et l'impact de l'image, donc ce sont les deuxièmes.

D'un point de vue géographique, les pays nordiques sont, il y a déjà plusieurs années de ça, sont allés vers le véhicule électrique. On a également les pays type les Pays-Bas, on a l'Angleterre, la Belgique, l'Allemagne. Ce sont les pays dans lesquels en fait, il y a eu des aides de l'Etat qui ont été assez importantes et qui le sont encore. Donc ces pays-là ont vraiment migré vers le véhicule électrique il y a plusieurs années. Il y a d'autres pays par contre dans lesquels en fait c'est un peu plus compliqué, type l'Italie et l'Espagne. Là encore, ce sont les politiques locales qui ne facilitent pas en fait la migration vers le véhicule électrique. On n'a pas des aides gouvernementales qui sont extrêmement importantes et on n'a pas non plus un réseau d'infrastructures de recharge sur le domaine public qui est très important. C'est un peu plus compliqué, donc, c'est dans ces pays-là.

**[N.C.] Donc c'est très bien parce qu'on a aussi ouvert plus largement au sujet de l'Europe, on parle pas seulement de la France, mais on voit quand même, même s'il y a quand même des restrictions, de la même façon, une accélération des véhicules électriques à travers l'Europe ?**

[I.P.]

Oui une nette accélération. Comme je vous le disais, il y a plus d'un véhicule sur trois en fait aujourd'hui en Europe qui est vendu électrifié. Donc oui, il y a une nette accélération. Je vous l'ai dit aussi chez Arval, on observe plus de 60 % de taux d'augmentation de véhicules électriques en un an, et le taux de pénétration des commandes en véhicule électrique est plus de 40 % aujourd'hui chez Arval et véhicule pure batterie électrique véhicule, on est à plus de 23 %.

**[N.C.] On va peut-être parler aussi de l'utilisation du véhicule. Vous disiez tout à l'heure qu'il fallait aussi parfois accompagner les salariés. Qu'est-ce qu'on pourrait, qu'est-ce que vous voyez en matière d'utilisation des véhicules, des retours que vous pouvez avoir ?**

[I.P.] Alors, la satisfaction globale, elle est vraiment élevée. Globalement, les clients sont hyper positifs sur l'usage du véhicule électrique, même s'il y a quelques défis, comme je vous en ai parlé, liés à l'infrastructure, des défis d'accompagnement des collaborateurs... Mais finalement, une fois que le véhicule électrique a été pris en main par les conducteurs, rares sont les conducteurs qui reviendraient en arrière, parce que les avantages sont nombreux finalement : il y a moins de bruit, l'usage du véhicule électrique est plus agréable, l'impact écologique, inévitablement, il est bien meilleur et donc c'est un impact vertueux. Et puis l'impact sur les émissions de CO2 pour les entreprises, l'est aussi. Donc vraiment, pour les clients, le retour, il est vraiment positif. Amélioration de l'image, ça compte aussi.

**[N.C.] On a vu donc un retour très positif de la part des clients. Et vous, Ingrid Pautrat, quelle est votre vision pour l'avenir des flottes de véhicules électriques dans les entreprises ?**

[I.P.] Alors pour moi, évidemment, l'avenir sera vert. Comme je vous l'ai dit, la plupart des utilisateurs de véhicules électriques ne reviendraient pas en arrière. Les réglementations imposent en fait une neutralité carbone à 2050. On ne reviendra pas en arrière non plus là-dessus. Donc inévitablement, l'avenir sera vert. L'histoire est écrite. Étape par étape, en enlevant peu à peu en fait l'anxiété liée à l'usage du véhicule électrique, en accompagnant. En fait, nos clients, en verdissant nos flottes, et grâce à l'infrastructure de recharge qui se développe de plus en plus sur le réseau public, grâce aux technologies aussi qui s'améliorent et qui permettent une autonomie plus grande des véhicules électriques et une facilité de recharge du véhicule électrique. On y va peu à peu, on y va !

**[N.C.] C'est une jolie conclusion. Merci à vous Ingrid Pautrat, Directrice de la transition vers le véhicule électrique chez Arval, Groupe BNP Paribas et rendez-vous pour un prochain épisode du podcast On the Move. Nous allons continuer à parler de mobilité durable.**

[I.P.] Merci Nathalie.

