



S'acheter une écoconduite

L'année 2009 aura été celle de l'écoconduite. Tout au long de l'année, loueurs longue durée, pétroliers, organismes de formation et spécialistes de la géolocalisation ont focalisé leur énergie sur ce nouvel eldorado. Et l'année 2010 ne devrait pas infirmer cette tendance de fond puisque les annonces se multiplient. Du côté des formations, deux anciens pilotes automobiles mettent l'accent sur cette pratique. Ainsi, au début de l'année, Jean-Pierre Beltoise communiquait sur ses stages d'écoconduite. Sa formation vise à inciter les conducteurs à solliciter modérément les organes de leur véhicule, à les entretenir et à choisir des modèles adaptés à leurs besoins. Objectif : limiter les émissions de CO₂ et diminuer les consommations de carburant de 10 % à 15 %. Parallèlement, Jean Pierre Beltoise travaille avec ALD Automotive, Total et Developer Formation, spécialiste des simulateurs de conduite, pour promouvoir la conduite économique.

Ancien pilote également, Bernard Darniche a créé un programme d'autoformation sur Internet baptisé Darniche Interactive. Son premier module opérationnel est dédié à l'écoconduite. Au travers d'un parcours initiatique et pédagogique, les utilisateurs profitent de ses conseils et découvrent les règles essentielles ainsi que les bons réflexes à adopter pour rouler de façon plus économique et plus écologique.

Filiale de La Poste, Mobigreen propose également des formations à l'écoconduite. La demi-journée est facturée 200 euros par personne. « Nos plans de formation se déroulent en trois temps, précise Pascale Cozon, présidente. Après la formation initiale, nous assurons un suivi des consommations et, si besoin, au bout de six à neuf mois, nous effectuons des piqûres de rappel. » À ses yeux, le succès des formations à l'écoconduite repose sur des principes intangibles : « Pour l'entreprise, l'écoconduite ne doit pas s'apparenter à un gadget. La réussite passe par des actions globales avec une communication adaptée. De plus, la direction générale comme les différentes directions de l'entreprise doivent s'impliquer dans cette démarche. Les collaborateurs réalisent alors qu'il ne s'agit pas d'une simple action de "green washing", mais que l'entreprise a une réelle volonté d'agir. » Parallèlement, un collaborateur de l'entreprise doit être formé pour devenir le référent en la matière et porter le projet. Et Mobigreen annonce des résultats tangibles : 20 % de consommation de carburant et d'émissions de CO₂ en moins, un nombre d'accidents en baisse de 10 % à 15 % et des coûts d'entretien minorés de 6 % à 10 % grâce notamment à un usage plus souple des freins et de l'embrayage. Le retour sur investissement est assuré en huit mois à un an.

Un enjeu considérable

Les spécialistes de la géolocalisation proposent également des solutions dédiées à l'écoconduite. Ecocan chez

Masternaut ou Eco3 chez Traqueur, ces outils sont connectés au bus numérique du véhicule et remontent en temps réel les données sur la conduite. Sous le nom d'EcoGyzer, Nomadic Solutions décline une solution qui permet d'analyser la conduite des conducteurs sans connexion au véhicule et donc en respectant leur vie privée.

Les constructeurs automobiles investissent également ce marché prometteur puisque les sociétés de financement de Peugeot, Citroën et Renault ont depuis peu des outils d'analyse de la conduite grâce aux boîtiers embarqués sur les véhicules. De son côté, après avoir lancé eco:Drive auprès des particuliers, Fiat a mis au point une version dédiée aux véhicules d'entreprise. Ces derniers doivent être équipés du système Blue & Me, sur lequel le conducteur connecte une clef USB pour enregistrer accélérations, décélérations, aptitudes à conserver une vitesse constante et changements de rapports. En transférant ces données sur un ordinateur, il est possible de visualiser les résultats pour l'ensemble de la flotte ou par conducteur.

Et l'enjeu est loin d'être négligeable. La consommation de carburant est responsable de 35 % des émissions nationales de CO₂, principal gaz à effet de serre. Les véhicules de tourisme représentent la moitié de cette consommation dont 50 % générés par les flottes. Pour les entreprises, la dimension économique se double d'un enjeu environnemental.

MARKETING

Face aux contraintes liées à l'environnement – et à l'économie ! –, les entreprises ont de plus en plus recours aux stages pour leurs collaborateurs.

RAPHAËL MADIOT

« Pour l'entreprise, l'écoconduite ne doit pas s'apparenter à un gadget. La réussite passe par des actions globales avec une communication adaptée. »

Stage d'apprentissage à l'écoconduite chez ADL Automotive. Les résultats de ce type de formation sont tangibles: 20 % de consommation de carburant et d'émissions de CO₂ en moins, un nombre d'accidents en baisse de 10 % à 15 % et des coûts d'entretien minorés de 6 % à 10 %.



DR