



Quels enjeux et projections de mobilité durable pour le marché des VTC : regard sur Caocao Mobility, ou le choix du 100% véhicule électrique

Entretien avec Veruschka Becquart, Directrice du développement, du marketing et de la communication chez Caocao Mobility

Quels enjeux et projections de mobilité durable pour le marché des VTC : regard sur CaoCao, ou le choix du 100 % véhicule électrique

Interview



Veruschka Becquart est directrice du développement du marketing et de la communication au sein de CaoCao Mobility Paris, filiale du constructeur automobile chinois Geely et plateforme de VTC au style « blacks Cabs » londoniens 100 % électriques récemment lancée à Paris. Experte du tourisme des affaires pendant une dizaine d'années, Veruschka a porté haut l'étendard du patrimoine français dans l'industrie des rencontres et événements professionnels à l'international. Elle a ensuite été en charge des projets stratégiques et organisationnels complexes : transformation numérique, amélioration des performances avant de rejoindre CaoCao en octobre 2019.



Retrouvez dans cette interview, l'analyse de Veruschka Becquart sur les enjeux de la mobilité durable et les projections d'avenir pour le marché des VTC.

Pouvez-vous nous dire qui vous êtes, qu'est-ce qu'est Caocao Mobility et quel est votre projet ?

Issue du monde du tourisme, j'ai eu l'occasion de collaborer avec Mr Liu Sheng, le PDG de CaoCao Mobility Paris lorsque j'étais employée chez Atout France, l'agence de développement touristique de la France. Il m'a présenté son projet et convaincu de rejoindre l'équipe en octobre 2019 comme Directrice du développement du marketing et de la communication.

CaoCao a été créé en France au mois d'août 2019 et la plateforme de VTC a été lancée à Paris en janvier 2020. Nous sommes les « petits nouveaux » du VTC, mais nous nous distinguons par l'emploi de véhicules TX, des voitures électriques hybrides produits par LEVC, une société qui appartient à Geely, notre investisseur principal, 3^{ème} constructeur automobile chinois.

CaoCao existe en Chine depuis quelques années, implanté dans plus de 57 villes dans le pays, avec plus de 45 millions d'utilisateurs et 1 million au quotidien. Leur particularité : une flotte électrique à 97%, composée majoritairement des véhicules Geely produits localement, mais aussi récemment de TX semblables à ceux que nous avons en France.

Pourquoi avoir choisi de tester votre modèle dans une ville comme Paris ?

Paris est une plateforme économique au niveau européen et un véritable laboratoire de mobilité. Y lancer CaoCao permet de se développer sur une base solide et d'apprendre beaucoup avant de développer l'offre plus largement en Europe.

Quels enjeux et projections de mobilité durable pour le marché des VTC : regard sur CaoCao, ou le choix du 100% véhicule électrique

L'autre raison (plus vraiment d'actualité compte tenu du contexte, mais qui le redeviendra très certainement) est que notre service convient parfaitement à une cible touristique, et Paris demeure la 1^{ère} destination mondiale en termes de tourisme. Je n'ai pas été recrutée par hasard.

Au-delà de la centaine de TX ,véhicules à moteur électrique de la gamme Elégance, déjà en circulation, nous disposons maintenant d'un nouveau service, Atmosphère, composé de véhicules, électriques, hybrides rechargeable et hybride essence. Notre objectif est de déployer la flotte de 300 TX que nous détenons en propre en 2021 et d'élargir l'offre Atmosphère. Ce lancement était initialement prévu au mois de juin dernier, mais a été décalé par la crise Covid. En mars dernier, nous avons une centaine de véhicules lancés et avons réduit ce nombre pendant chaque confinement. Notre petite taille nous permet d'être agiles et de nous adapter à la demande extérieure. Nous tablons sur un redémarrage en début d'année et gardons l'objectif de déployer ces 300 véhicules électriques à notre disposition en Île-de-France qui n'attendent que notre *go*.

Quel regard portez-vous sur cette révolution du marché automobile au sens large ?

J'ai envie d'élargir cette réflexion : **les enjeux de demain se situent dans le secteur de la mobilité, et non seulement de l'automobile.**

Les constructeurs élargissent leur offre de services, ou au contraire la réduisent, comme on a pu le voir avec Marcel¹. Ils continuent à réfléchir aux problématiques de la mobilité, mais en sortant du secteur uniquement BtoC. Les habitudes de consommation avaient déjà évolué, et ces changements se sont intensifiés avec la crise Covid.

“Ces habitudes de consommation sont là pour durer parce qu'elles sont poussées par des enjeux planétaires : les enjeux climatiques d'une part, et les enjeux liés à l'organisation des villes.”

Nous sommes conscients que les villes ont besoin de se réinventer pour permettre au nombre toujours croissant de ses habitants d'y vivre correctement. Ainsi émergent ces projets de *smart city*, portés aussi bien par les villes elles-mêmes que par des acteurs privés, dont ceux de la mobilité : l'arrivée des scooters et des trottinettes par exemple, mais aussi tous les services de l'industrie de la mobilité avec la *mobility as a service*, l'autopartage, etc.

Les constructeurs font évoluer leurs modèles, comme par exemple Fiat Chrysler qui crée ses propres plateformes² pour ses clients. Dans ce contexte, chaque acteur essaie de trouver sa place sur un marché ultra dynamique et en pleine évolution, qui a besoin d'être structuré et d'appréhender son futur. Si l'on parle de voiture autonome ou de taxi/VTC volant, comment va-t-on réglementer et régulariser leurs usages ?

1.Acquis en 2017 par RCI Bank and Services, filiale financière du groupe automobile Renault, la plateforme de VTC francilienne Marcel a été cédée à Ascom Invest, la holding de Jean-Louis Mosca, président de By My Car, en octobre 2020.

2.Fiat Chrysler a ouvert des « magasins de mobilité » en novembre 2020. Ces agences vont proposer des locations de voitures pour quelques heures ou quelques semaines, des formules d'abonnement ou encore de l'autopartage entre particuliers.

Quels enjeux et projections de mobilité durable pour le marché des VTC : regard sur CaoCao, ou le choix du 100% véhicule électrique

Vous portez un engagement fort qui allie : environnement au premier plan, qualité, et sécurité. Pouvez-vous nous en dire davantage sur vos valeurs, votre modèle organisationnel et ce que cela génère ?

CaoCao porte 3 valeurs fortes : **environnement, qualité et sécurité** que l'on retrouve dans l'ensemble de nos services et en interne. Elles peuvent être regroupées sous un maître mot : responsable.

Responsables pour nos clients chauffeurs, nos passagers et dans notre impact environnemental. Les véhicules TX font partie d'une nouvelle génération d'hybrides rechargeables, dotés de freinage régénératif. Conçus et adaptés aux mobilités réduites, ils sont équipés de rampes d'accès, d'un marchepied pour faciliter la montée dans le véhicule et d'un interphone utile en cas de troubles de l'audition. Les chauffeurs ont des cartes qui leur permettent de recharger leurs véhicules. Notre stratégie globale, sur le long terme, est résolument engagée vers des évolutions permettant de créer un cercle vertueux, et ces choix sont assumés (choisir des panneaux d'affichage non lumineux pour nos publicités en est un exemple).

Evidemment, certaines de ces actions « responsables » participent d'un argument marketing, mais ce n'est pas son sens premier, ces démarches sont inscrites dans notre ADN fondateur.

De ce que j'observe chez nos concurrents et sur le marché, certains acteurs prennent ce virage green dans une moindre mesure, d'autres le font par pure obligation, d'autres pour des raisons semblables aux nôtres : nous ne sommes assurément pas les seuls.

Il s'agit en effet d'une offre de service qui crée une vraie différenciation concurrentielle pour nous, en plus d'être nouveaux, et petits, ce qui nous permet d'être agiles, de tester, d'avancer ou de changer de modèle, mais tout en gardant cet ADN-là.

Sur le marché des VTC, on voit une grosse multiplicité d'acteurs, des entrants, des sortants... Quelle est votre vision de ce marché aujourd'hui : est-ce un marché mature, très concurrentiel, très encombré ? Y-a-t-il encore des places à prendre ?

Le marché des VTC est en cours de structuration et toujours en phase de tests, en attendant que la réglementation pose des limites précises. Des évolutions apparaissent sans cesse : les acteurs présents sont rachetés, disparaissent ou se diversifient. Uber s'est lancé dans la livraison de repas, d'autres dans celle de colis. Il y a une tendance à se spécialiser dans des offres de services, surtout en ville où le principe même de propriété d'une voiture va est de plus en plus remis en question.

A propos de la multiplicité des services : quelles projections faites-vous ? Et qu'en est-il de la compétitivité ardue des tarifs ?

Depuis 5 ans, il y a une guerre de prix sur les services de VTC, dont il est difficile de sortir dans une période économique difficile. Mais on peut observer qu'il est surtout important d'offrir le juste prix pour des services dont le client a besoin et qui répondent à ses attentes. Chez CaoCao, avant le prix, c'est d'abord le choix d'offrir un service de qualité respectueux de l'environnement, car c'est ce qui permet de vraiment se différencier auprès des consommateurs.

La guerre des prix est une question de survie pour certains acteurs du VTC, mais je pense qu'à terme ce modèle n'est pas viable. Si la plateforme absorbe les coûts, l'entreprise ne peut pas faire de bénéfices. Si ce n'est pas le cas, cela signifie que les chauffeurs sont mal rémunérés.

Or sur le marché du VTC, le nerf de la guerre ce sont les chauffeurs, leur sélection, leur fidélisation. S'ils n'ont pas la possibilité de réaliser un chiffre d'affaires correct chez vous, ils vous quittent pour des concurrents qui les rémunèrent mieux, ou vont sur des plateformes qui correspondent mieux à leurs valeurs. Chez CaoCao, nous considérons que nos chauffeurs sont nos clients et qu'ils doivent être reconnus et appréciés au même titre que les passagers. Sans un Chiffre d'affaires suffisant, vous n'avez pas de chauffeurs fidèles et ne pouvez pas assurer un bon niveau de service.

Quels enjeux et projections de mobilité durable pour le marché des VTC : regard sur CaoCao, ou le choix du 100% véhicule électrique

Comment qualifieriez-vous pour l'instant votre pénétration du marché ou votre notoriété ?

Pour l'instant, si notre notoriété se développe en effet, nous restons une société confidentielle, par rapport à des concurrents qui existent depuis plus longtemps et sont présents dans plusieurs pays.

Cette confidentialité nous convient bien, elle nous permet de répondre aux attentes de nos clients, malgré le nombre encore restreint de nos véhicules en circulation. Si vous regardez notre communication ou notre marketing, nous avons par exemple privilégié une collaboration avec Technikart, qui correspond à nos valeurs et à notre cible, loin du marché de masse.

Le calcul de l'empreinte carbone est un sujet auquel les consommateurs sont de plus en plus sensibles : sera-t-elle selon vous une variable de choix d'un VTC à l'avenir ?

Nous mettons en place un mode de calcul précis de notre empreinte carbone qui sera inclus dans notre programme de fidélité, dès 2021.

Des applications se développent déjà afin de permettre aux usagers de calculer leur empreinte carbone. L'accord de Paris est l'un des signes de la prise de conscience grandissante des consommateurs de leur impact environnemental. Leurs choix vont se retrouver de plus en plus influencés par cette notion. Cette prise de conscience reste inégale, mais il y a de nombreuses initiatives, portées par des gouvernements ou des individus, qui se lancent à travers le monde, de façon à pouvoir mobiliser et donner des outils pédagogiques sur l'impact environnemental.

La pédagogie a une importance capitale pour faire adopter des comportements responsables, dès le plus jeune âge.

Pour répondre aux enjeux de mobilité durable, une dimension tech et des moyens sont nécessaires. De quoi avez-vous besoin à l'avenir ?

Les enjeux de mobilité durable sont clairement identifiés par tous. Des investissements sont faits en recherche et développement, et pas seulement par les constructeurs automobiles. Le TX est l'exemple d'un véhicule conçu pour être partagé. Les sociétés anticipent les besoins de demain, comme le prouvent par exemple tous les tests réalisés depuis un moment déjà sur les véhicules autonomes.

“C'est l'évolution de la réglementation qui va limiter ou accélérer les développements dans la mobilité durable.”

A votre avis, le modèle de mobilité durable est-il applicable à une cible massive ?

Sans aucun doute, d'autant qu'il va devenir une obligation demandée par toutes les parties prenantes pour circuler en ville. Or il est très différent d'aborder ces questions en réaction à des obligations légales, ou de le faire dans le cadre d'une stratégie préexistante.

Chez CaoCao, si nous n'avons pas fait le choix initial du marché de masse, nous serons amenés à le prendre en considération et à réagir en fonction. Nous avons à cœur de construire toutes nos offres sur un modèle permettant de fournir un service abordable et qui corresponde à des attentes de mobilité durable.

Quels enjeux et projections de mobilité durable pour le marché des VTC : regard sur CaoCao, ou le choix du 100% véhicule électrique

On voit qu'un gros frein subsiste pour la location ou l'achat de véhicule électrique ... Votre avis sur les points de recharge ?

Je vous confirme que la peur première d'un conducteur de véhicule électrique est de tomber en panne sèche d'électricité. D'où le fait qu'il y ait beaucoup de véhicules hybrides rechargeables qui permettent de basculer d'une source d'énergie à une autre. De nouveaux modèles, acteurs et start-up voient le jour, comme par exemple Monoprix qui propose d'ores et déjà des espaces où vous pouvez mettre votre batterie de scooter en charge et l'échanger contre une batterie déjà chargée.

“Toute nouvelle technologie entraîne des craintes, mais les nouveaux modèles de mobilité qui se développent vont permettre de les faire disparaître progressivement.”

Quelles sont vos sources de points de recharge, en possédez-vous en propre ?

Non, nous n'avons pas de points de recharges en propre. Nous nous servons beaucoup de ceux de la mairie de Paris d'où l'importance de la maintenance et du développement de ces infrastructures. C'est en effet crucial pour nous et déterminant pour le développement de notre flotte de véhicules électriques, et qui risquerait même d'être bloquant s'il n'y a pas d'amélioration sur les infrastructures de recharge.

C'est dans l'absolu un enjeu majeur pour l'accroissement des véhicules électriques à Paris, comme dans la plupart des grandes villes où l'élec-

trique se développe prioritairement. A la campagne ou dans les plus petites agglomérations, les points de recharge sont individuels. Développer les infrastructures sur l'ensemble du territoire est un enjeu national.

Les limitations aux voitures et à la circulation en voiture dans Paris vont s'intensifier : quelles projections d'avenir faites-vous pour le marché de VTC ?

La ville de Paris est (en temps normal) très animée par le tourisme d'affaires.

“Deux grands événements vont se dérouler à Paris et vont permettre d'accélérer les services de mobilité : la Coupe du monde de rugby et les Jeux Olympiques.”

J'ai fait une partie de ma carrière dans le tourisme d'affaires et je me souviens très nettement, dans les années 2008-2010, des congrès qui incluaient la partie environnementale dans les obligations. **Ce qui était un *nice to have* est progressivement devenu un *must have*.**

“Il faut remettre les villes et les territoires au cœur de ces enjeux : collectivités et acteurs privés ont besoin d'apprendre à se coordonner pour bien travailler ensemble.”

Quels enjeux et projections de mobilité durable pour le marché des VTC : regard sur CaoCao, ou le choix du 100% véhicule électrique

En Île-de-France, tout le monde est conscient des enjeux à relever pour que les habitants de Paris comme ceux de la région parisienne obtiennent des moyens de transport adaptés à leur habitat et à leurs besoins.

C'est aux acteurs privés de rentrer en concertation et travailler avec la ville de Paris pour trouver les moyens de continuer à servir le consommateur.

A quel horizon et comment voyez-vous le véhicule du futur ?

L'horizon est proche pour le véhicule autonome, car il existe déjà. Le seul point à clarifier, c'est la réglementation de son usage. Garantir la sécurité va en être le premier objectif, mais il va aussi falloir réfléchir aux infrastructures. Selon les capacités des villes à s'adapter et s'organiser, le véhicule autonome fera son apparition dans un futur plus ou moins proche.

Pour ce qui nous concerne, Geely fait des recherches sur le véhicule autonome et c'est un des angles potentiel de développement. Nous nous posons déjà la question de l'avenir du chauffeur et comment réinventer avec lui son métier, à l'instar de l'hôtellerie aujourd'hui.

Une chose est certaine : l'humain a besoin de l'humain.

Retrouvez nos analyses et publications du secteur automobile sur mazars.fr

Contacts

Grégory DEROUET

Associé, Responsable du secteur Industrie, Mazars
gregory.derouet@mazars.fr

Pauline BLACHERE

Manager Industrie, Mazars
pauline.blachere@mazars.fr

Mazars est un groupe international et intégré spécialisé dans l'audit, la fiscalité et le conseil ainsi que dans les services comptables et juridiques*. Présents dans plus de 90 pays et territoires à travers le monde, nous nous appuyons sur l'expertise de plus de 42 000 professionnels – plus de 26 000 au sein de notre partnership intégré et plus de 16 000 via « Mazars North America Alliance » – pour accompagner les clients de toutes tailles à chaque étape de leur développement.

*Dans les pays où les lois en vigueur l'autorisent.

www.mazars.fr

mazars