

### Comment mettre en place le covoiturage en entreprise ?

FATEC a creusé la question pour vous.

#### Contexte

Dans le contexte actuel de hausse du coût du carburant, de nombreux collaborateurs sollicitent leur employeur pour une meilleure prise en charge de leurs frais de transport. Parmi les différentes solutions de mobilité alternative mises en avant par les Plans De Mobilité employeur et le Forfait Mobilité Durable, le covoiturage répond aux besoins des collaborateurs les plus éloignés de leur lieu de travail et mal desservis par les transports collectifs.

#### Quels sont les avantages du covoiturage ?

Le covoiturage présente de nombreux avantages, à la fois pour le salarié, pour l'entreprise et pour la société dans son ensemble.

Il réduit l'autosolisme (fait de se déplacer seul dans sa voiture). De ce fait, cela permet à l'entreprise de réduire l'impact environnemental lié à son activité et de répondre ainsi à ses engagements RSE. Pour mémoire, les transports sont à l'origine de 30% des émissions de CO2 d'une entreprise. Jouer sur ce levier représente donc une manière efficace de réduire son empreinte carbone.

Côté salariés, covoiturer permet de réduire considérablement les frais de transport quotidien et d'améliorer le pouvoir d'achat. Encourager le covoiturage est donc également une manière d'agir pour le pouvoir d'achat de ses collaborateurs.

Parmi les autres avantages à mettre en avant sur le plan RH, le covoiturage contribue également à renforcer la rencontre et la solidarité entre les collaborateurs. Il permet aussi d'améliorer le bien-être, la santé et la qualité de vie en réduisant le stress.

Enfin, il permet de réduire les problèmes de stationnement, voire d'optimiser les espaces dédiés au stationnement.

#### Comment lever les freins ?

Le covoiturage ne doit pas forcément s'envisager comme une solution pour tous les jours, trop contraignante pour certaines personnes. Covoiturer une à deux fois par semaine permet déjà de réduire nettement sa facture et de limiter son impact environnemental.

La crainte de la défaillance du conducteur pour le trajet retour est souvent mise en avant comme un frein vis-à-vis de ce mode de transport. Des assurances « garantie trajet retour » existent désormais pour pallier cette difficulté.

#### Comment inciter les collaborateurs à covoiturer ?

L'entreprise peut avoir une forte action incitative pour le développement du covoiturage parmi ses salariés. En souscrivant à une offre de covoiturage au nom de l'entreprise et en mettant en place des actions pour promouvoir ce mode de déplacement, elle permet à ses collaborateurs de s'identifier en tant que membre d'une même entreprise et de bénéficier de conditions d'utilisation avantageuses. En retour, l'entreprise a accès aux données de covoiturage concernant ses collaborateurs : nombre de trajets effectués, réduction de l'impact carbone, etc.

L'incitation de l'employeur peut aussi revêtir un aspect financier, soit au travers de la prise en charge de tout ou partie de frais de covoiturage via le forfait mobilité durable (FMD), soit au travers d'un cofinancement des trajets directement via le site de covoiturage. Jusqu'à 700€ par an et par collaborateur, exonérés fiscalement et socialement, peuvent être alloués au financement de ce mode de déplacement via le FMD. Cette somme est désormais cumulable avec la participation de l'employeur à l'abonnement de transport collectif, ce qui permet au covoiturage de se présenter également comme un mode complémentaire à l'usage des transports publics ou alternatif en cas de grève notamment.

## Comment mettre en place les conditions optimales pour assurer le succès de la démarche ?

L'efficacité d'une offre de covoiturage réside dans le volume de covoitureurs disponibles sur un même secteur géographique. Pour favoriser le bon fonctionnement de l'offre lancée au sein d'une entreprise, il est donc important de créer un effet de masse en incitant l'ensemble des salariés volontaires à s'inscrire en même temps. A l'inverse, si les inscriptions s'échelonnent trop dans le temps, les premiers inscrits se verront découragés par l'absence d'offre réelle et quitteront l'application, ce qui entraînera le maintien constant d'une offre faible et la faible efficacité du système.

Organiser des événements autour du covoiturage pour inciter les salariés à s'inscrire sur le même site de covoiturage s'avère particulièrement efficace pour le démarrage. L'organisation de challenges et le témoignage d'utilisateurs contribuent ensuite à diffuser ce mode de transport dans l'entreprise.

Enfin, étendre la démarche aux entreprises voisines ou à l'ensemble d'une zone d'activité permet d'augmenter l'effet de masse et le nombre de possibilités de covoiturages.

## Comment choisir son application de covoiturage ?

Afin d'assurer le meilleur succès à une démarche d'incitation au covoiturage, il est important pour l'entreprise de recommander à ses salariés l'utilisation d'une application en particulier, voire d'y souscrire une adhésion afin de créer un effet de réseau lié à l'entreprise.

Plusieurs applications de covoiturage sont disponibles sur le marché. Elles se caractérisent par des offres légèrement différentes les unes des autres.

Parmi les points importants à observer pour effectuer son choix, on note les éléments suivants :

- Le nombre d'inscrits sur le secteur géographique concerné : plus il y a déjà de covoitureurs inscrits, plus il y aura de possibilités au-delà des seuls salariés de l'entreprise ;
- La mise à disposition d'une plateforme de suivi à destination de l'employeur ;
- L'existence d'une assurance « retour garantie » ;
- Le coût du trajet ;
- La possibilité pour l'entreprise de financer les trajets au travers du FMD directement via l'application, ce qui rend la gestion du dispositif transparente.

Certaines applications proposent également des dispositifs d'accompagnement au lancement de la démarche ou d'animation dans la durée. Suivant les moyens disponibles en interne pour animer ces démarches, il peut être intéressant de souscrire à ce type de contrat afin de garantir le succès de l'opération.

Enfin, sur certains territoires, les agglomérations ont contracté des partenariats spécifiques avec certaines applications, ce qui permet aux entreprises de ces secteurs de bénéficier de tarifs d'adhésion préférentiels, voire gratuits.