

mobility

Communication marketing et durabilité

Virginie Buffat, Charlotte Chanex, Vanessa Pinto et Maimouna Sogodogo

Plan

1. Introduction
2. Présentation de l'entreprise
3. Vision de la durabilité chez Mobility
4. Communication marketing et durabilité
 - 4.1 Théorie de la communication durable
 - 4.2 Responsabilité et transparence
 - 4.3 Supports de communication verte chez Mobility
 - 4.4 Crédibilité et partenariats
 - 4.5 Éduquer les consommateurs
5. Discussion, critique et conclusion

Introduction

“Le développement durable par son objectif de relier les sphères économiques, sociales et environnementale, de redéfinir les modalités de l’entreprise avec son environnement, s’est retrouvé au coeur des préoccupations du communicant.” - Libaert, T

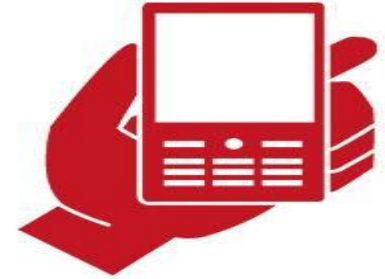
La communication marketing et le développement durable

- Transparence et cohérence : prix, produit et fournisseur
- Mettre en avant les avantages durables de l’entreprise
- Promouvoir la durabilité : aspects sociaux, économiques et environnementaux

La communication comme outil de persuasion

- Fédérer les parties prenantes autour du développement durable de la marque
- Convaincre les consommateurs à adopter un comportement durable

Présentation de l'entreprise



- Mobility Société Coopérative
- Créé en **1997** (fusion des coopératives ATG AutoTeilet Genossenschaft et ShareCom fondées en 1987)
- Siège à Lucerne
- 190 collaborateurs et 164 postes à temps plein
- Conseil d'administration de la coopérative: 5 membres dont des représentants de la mobilité et de l'économie suisse
- **Premier prestataire national** dans le domaine des **services de mobilité individuelle** (car sharing et services complémentaires provenant de la structure ou des partenaires)

Présentation de l'entreprise

Filiales et Participations

Mobility
International
Schweiz

Mobility International SA (MIAG) :

actionnaire 100%



Catch a Car SA :

actionnaire minoritaire



Sharoo AG SA :

actionnaire majoritaire

Présentation de l'entreprise

- Activités du groupe

Les trois piliers

- *l'offre Mobility **classique***
- *le car sharing en **free-float***
- *les services « **peer-to-peer** »*



Autres: Ridesharing (covoiturage), « Mobility-One-Way » et « Mobility-Électro »

Développement, exploitation et distribution du **logiciel de car sharing MobiSys 2.0**

Présentation de l'entreprise

L'offre Mobility

- **2'930** véhicules composé de neuf catégories de véhicules
- **177'100** clients
- **1'500** emplacements dans toute la Suisse
- **200** scooters électriques

Clients business

- Business Car sharing
- Plus de **4'700** entreprises



Présentation de l'entreprise

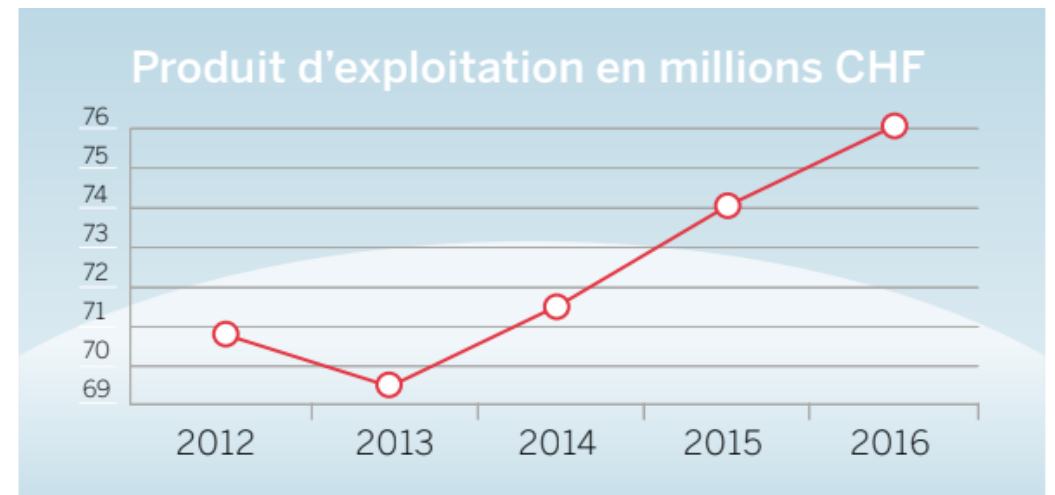
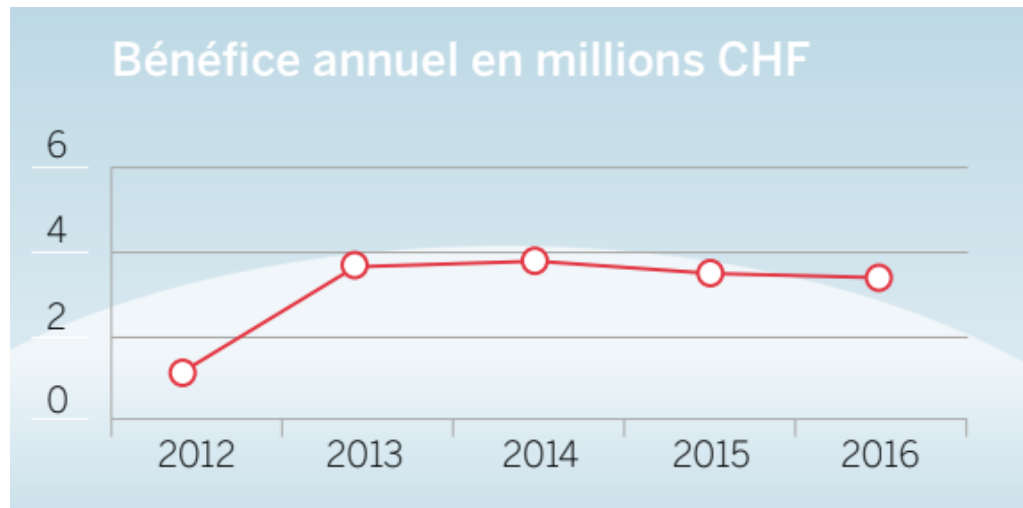
Quelques chiffres

Bénéfice 2016: **CHF 3'422**

Bénéfice 2017: **CHF 2'041**

Résultat net d'exploitation 2016: **CHF 76'047**

Résultat net d'exploitation 2017: **CHF 76'191**



Vision de la durabilité chez Mobility

Objet statutaire de la Société Coopérative:

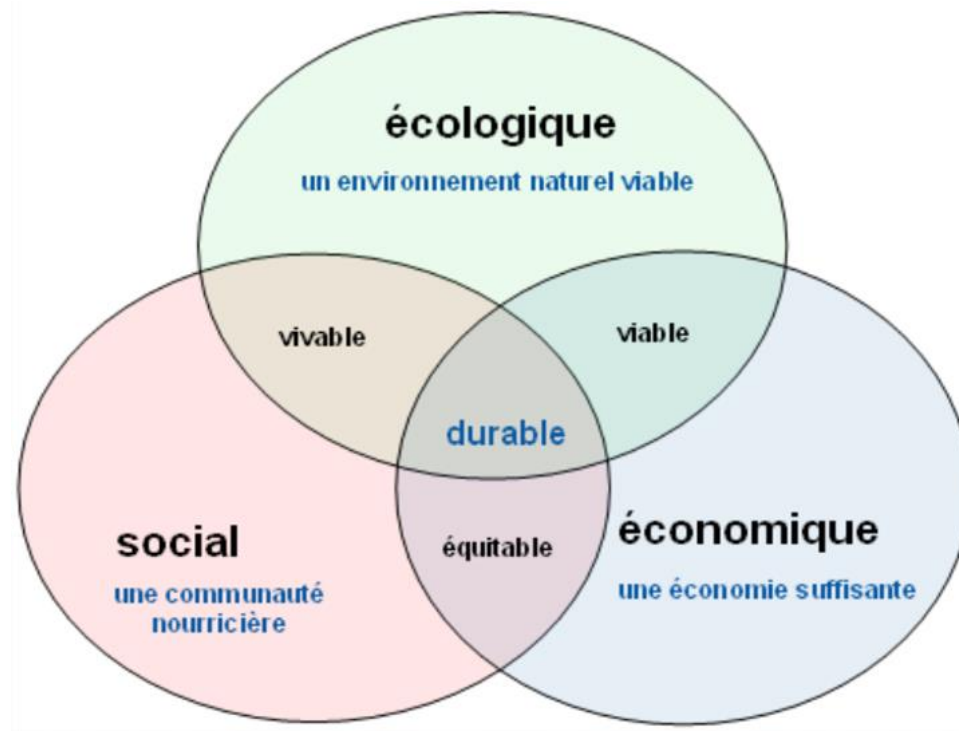
"La coopérative Mobility a pour but l'exploitation **ménageant l'énergie, les matières premières et l'environnement** de véhicules de toute nature, en les mettant à disposition pour une utilisation contre rémunération en tant qu'**alternative écologique et économique** à la propriété privée. L'activité de Mobility contribue ainsi à **un développement durable** de formes de mobilité **respectueuses de l'environnement**."

Mission: « Une mobilité sans obstacles **demain** comme **aujourd'hui** »

Vision: « **Fluidifier** les transports »

Vision de la durabilité chez Mobility

Les différentes actions de Mobility sont placées sous le signe de la durabilité **sociale**, **écologique** et **économique**.

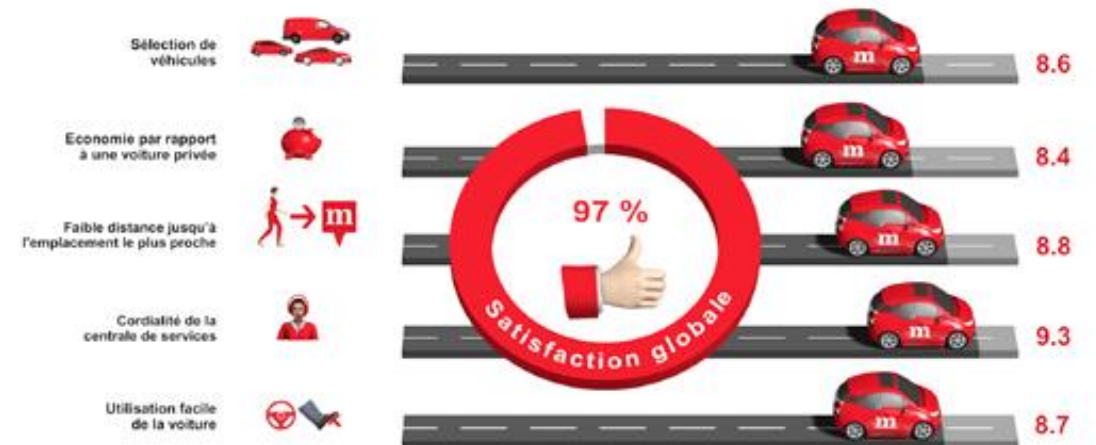


Vision de la durabilité chez Mobility

Sociale

- **Clients:** le système de car sharing représente une économie annuelle moyenne de 4'000 CHF pour les clients Mobility
- **Employés:** Mobility encourage l'égalité des chances, un dialogue ouvert et promeut la santé au travail auprès de ses collaborateurs.

Le degré de satisfaction des clients Mobility (échelle de 1 à 10)



Vision de la durabilité chez Mobility

Écologique

- Pour un impact environnemental réduit
- 1 véhicule Mobility remplace 10 voitures privées

Une même mobilité pour un impact environnemental moindre

Les clients Mobility modifient leur comportement de mobilité. Cela a une incidence positive sur la consommation de ressources et sur l'environnement:



-27% de kilomètres en voiture par an



-9'500'000 de litres de carburant par an



-22'300 tonnes d'émissions de CO₂ par an



-31'000 voitures privées sur les routes suisses



-46'500 places de parc



= un meilleur cadre de vie pour tous

Vision de la durabilité chez Mobility

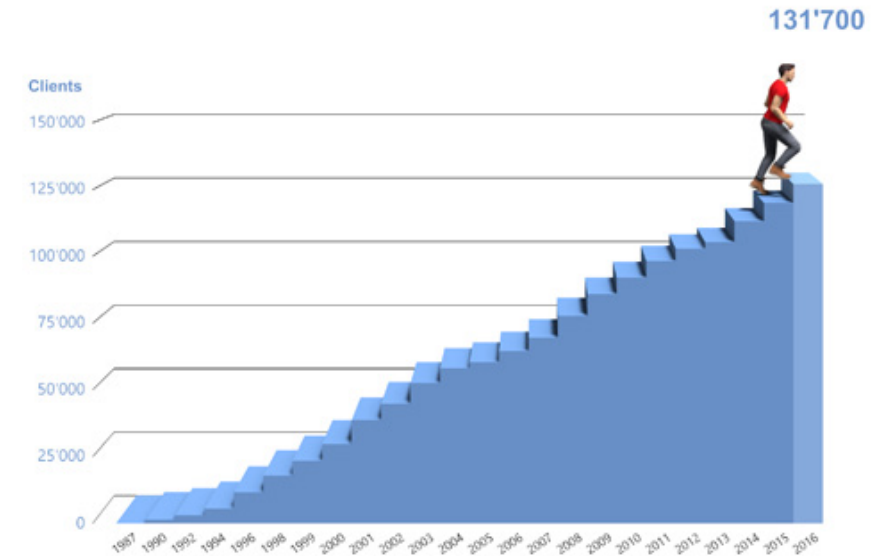
Économique

- Choix d'une **société coopérative** pour favoriser une action sur le long-terme et l'auto-financement.

Mobility propose 1'500 emplacements dans toute la Suisse



Plus de 131'000 clients utilisent les véhicules Mobility



Théorie de la communication durable

- **3 objectifs généraux de la communication:**

- Objectifs **cognitifs**: Attirer l'attention
- Objectifs **affectifs**: Susciter des émotions
- Objectifs **conatifs**: Influencer les comportements

- **Définition de la communication durable** selon Benoit-Moreau & al. (2010):

ensemble des activités de communication, quel qu'en soit le support, délivrant un message au sujet des **engagements environnementaux**, **sociaux** ou **sociétaux** d'une organisation.

- Une communication marketing intégrée
- Un risque → l'écoblanchiment !

Théorie de la communication durable

5 conditions à une communication verte selon Marc D. David et François Lambotte (2011):

1. La communication verte doit être **intégrée dans la vision** et le plan stratégique de l'entreprise.
2. La communication doit être **cohérente avec le discours de la haute direction** ainsi qu'avec toutes les sphères d'activités de l'organisation.
3. La communication doit **rendre l'organisation imputable de toutes ses pratiques** de gestion ainsi que celles de ses fournisseurs et sous-traitants.
4. La communication doit **engager et entretenir un dialogue** qui se veut **clair** et **transparent** sur l'ensemble des enjeux stratégiques de l'organisation avec ses principales parties prenantes.
5. Les activités de l'ensemble de l'organisation doivent **avoir un impact social positif, réel, vérifiable et durable sur la communauté et la société en général.**

Communication marketing et durabilité

Responsabilité et transparence

❖ Divers engagements envers les parties prenantes

- Éléments essentiels de la culture d'entreprise de Mobility: dialogue, transparence et franchise
- Impact global le plus positif possible pour: les clients, les collaborateurs, la société, l'environnement et l'entreprise



Communication marketing et durabilité

Responsabilité et transparence

❖ Vis-à-vis de ses clients

- Inside Mobility: dialoguer en direct avec la direction
 - Feedback extérieur
- Extension de son réseau d'emplacement et de son offre
 - Augmentation de sa part de véhicules électriques
 - Courant utilisé aux bornes de chargement est de l'électricité verte (50% énergie hydraulique et 50% énergie solaire)
 - Horizon 2020, Mobility devrait compter 130 véhicules de ce type



Communication marketing et durabilité



Responsabilité et transparence

❖ Vis-à-vis de l'environnement

- Suisse mène une politique de réduction des gaz à effet de serre
 - Horizon 2020, véhicules neufs à un maximum de 96g de CO₂/km
 - Moyenne suisse de 135g de CO₂/km
 - Flotte globale Mobility 95,4g de CO₂/km

- Si Mobility n'existait pas, 22% de leurs clients achèteraient une voiture

- Utilisation du courant électrique écologique
 - 100% énergie hydraulique

- “Mobility think Green”

Communication marketing et durabilité

Responsabilité et transparence



❖ **Vis-à-vis de ses collaborateurs**

- Participe pleinement à la réalisation et l'amélioration de l'entreprise
 - Information par courriel
 - Enquête de satisfaction
 - Entretiens personnels

- Conditions de travail attrayantes
 - 16 semaines de congé maturité
 - Jusqu'à 4 semaines pour les jeunes pères
 - Égalité des chances

Communication marketing et durabilité

Responsabilité et transparence



❖ Vis-à-vis de ses fournisseurs

- Mobility appelle à la responsabilité du législateur et des constructeurs pour garantir la transparence des valeurs d'émission

- Choix de ses partenaires externes
 - Création de directives écrites sur sa politique d'achat
 - Utilisation d'un questionnaire type pour la sélection de ses fournisseurs
 - Démarche faisant partie du processus d'achat

Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility

❖ Premier support de communication

Les voitures rouges Mobility



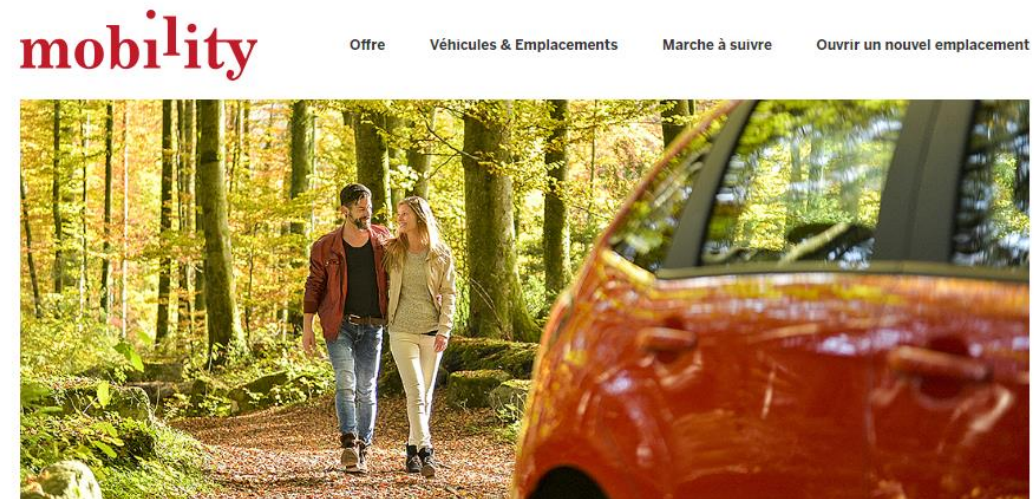
Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility

❖ Site web

www.mobility.ch

www.mobility.ch/fr/durabilite



Vous êtes ici: À propos > Durabilité

Jobs

Médias

News

Mobility Société Coopérative

Durabilité

Carsharing Software

But de l'entreprise Mobility: agir de façon durable.

Mobility préconise la durabilité sociale, économique et écologique. L'objet statutaire de la Société Coopérative est le suivant:

"La coopérative Mobility a pour but l'exploitation ménageant l'énergie, les matières premières et l'environnement de véhicules de toute nature, en les mettant à disposition pour une utilisation contre rémunération en tant qu'alternative écologique et économique à la propriété privée. L'activité de Mobility contribue ainsi à un développement durable de formes de mobilité respectueuses de l'environnement."

Le "Rapport de durabilité" de Mobility ([lire en PDF](#)) a été soumis avec succès au "Materiality Disclosures Service" du GRI. Pour en savoir plus, découvrez le label GRI et l'index GRI formel dans le rapport GRI à la page 4 (en allemand).

La durabilité écologique de Mobility

Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility

❖ Communiqués de presse

Communiqués de presse Mobility 2018.

19.04.2018

> [Téléchargement communiqué de presse au format PDF](#)

200 scooters électriques Mobility circulent depuis aujourd'hui à Zurich



11.04.2018

> [Téléchargement communiqué de presse au format PDF](#)

Catch a Car: premiers véhicules électriques en car sharing sans stations fixes



22.03.2018

> [Téléchargement communiqué de presse au format PDF](#)

Mobility investit dans l'avenir et enregistre un résultat annuel solide



Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility

❖ Rapports sociétaux

DURABILITÉ
SOCIALE

DURABILITÉ
ÉCONOMIQUE
ET INNOVATION

DURABILITÉ
ÉCOLOGIQUE

Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility

- ❖ Mobility Journal
- ❖ Newsletter

my
JOURNAL



Joindre l'utile à l'agréable en ville

Une date à retenir: à partir du 19 avril 2018, 200 scooters électriques rouges seront à la disposition des clients Mobility pour se déplacer spontanément en ville de Zurich. Il suffit de s'inscrire, de chercher un scooter libre à proximité à l'aide de l'app, puis de réserver. Vous pouvez démanier pour 25 centimes la minute.

Les clients Mobility bénéficient d'une nouvelle prestation de mobilité tout en économisant l'achat d'un scooter individuel, il leur est possible de prendre rendez-vous pour aller en ville spontanément, d'aller se baigner dans le lac ou de faire une petite excursion en forêt très facilement. Avec les nouveaux deux-roues, Mobility réserve une expérience gratuite continue.

Agiles et écologiques, les scooters électriques sont un parfait complément dans le cadre d'une mobilité tournée vers l'avenir.

rent l'utilisation d'offres de mobilité flexibles et de courte durée. Les scooters électriques écologiques ont pour mission de contribuer à désengorger la ville. Car chaque scooter partagé est un véhicule neuf de moins, et peut être même une voiture de moins.

Mode d'emploi

200 scooters électriques rouges attendent d'être empruntés dans toute la ville sur des places de parc, sur les places officielles. Un scooter libre peut être utilisé immédiatement puis, après un 30 jours en ville, être garé sur l'une des places de parc réservées aux deux-roues.

Le paiement s'effectue à la minute. Une réservation préalable comme pour le car sharing Mobility n'est pas possible. Les scooters peuvent être utilisés à deux (à cet effet, le top-case contient deux casques de tailles M et L).

Inscrivez-vous maintenant, démarrez le 19 avril
Tous les clients Mobility, quel que soit leur abonnement, peuvent utiliser les scooters électriques (pour une catégorie de véhicules). Il doivent néanmoins s'inscrire avant leur permis de conduire par Mobility. Il suffit d'un téléchargement d'une image numérique ou une photo vers www.mobility.ch/permis.

Les réservations se font exclusivement à l'aide de l'app Mobility: chercher un scooter libre à proximité, réserver, débloquer le avec la carte Mobility, le Scooter ou l'app, ouvrir le top-case, mettre un casque, et voilà.

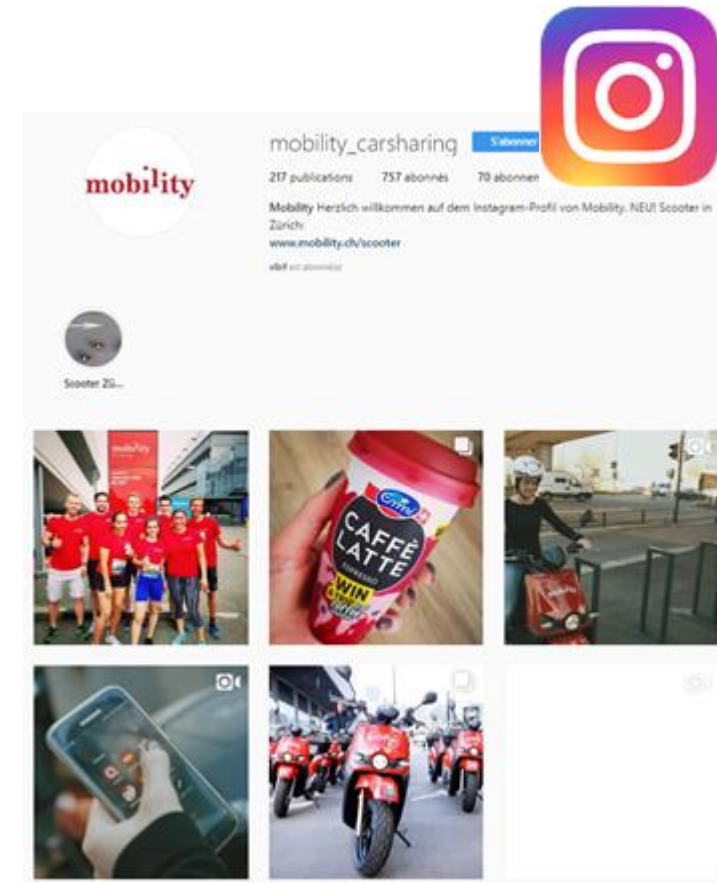
Il est possible de faire des haltes sur des places de parc officielles et de verrouiller le scooter. Une fois le trajet terminé, il doit toujours être garé sur un lieu de stationnement officiel réservé aux deux-roues/motos et les scooters doivent être remis dans le top-case. Pour mettre fin au trajet, il suffit d'un geste sur son smart phone.

Le coût à la minute est de 25 centimes et, pour les clients Check & Drive et Business à partir de 30 centimes.

Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility

❖ Réseaux sociaux



Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility



Communication marketing et durabilité

Supports de communication verte chez Mobility

❖ Salons et foires

Salon de l'auto



SmartSuisse



Communication marketing et durabilité

Crédibilité

- Label Global Reporting Initiative (GRI)
- Coopération avec MyClimate – The Climate Protection Partnership

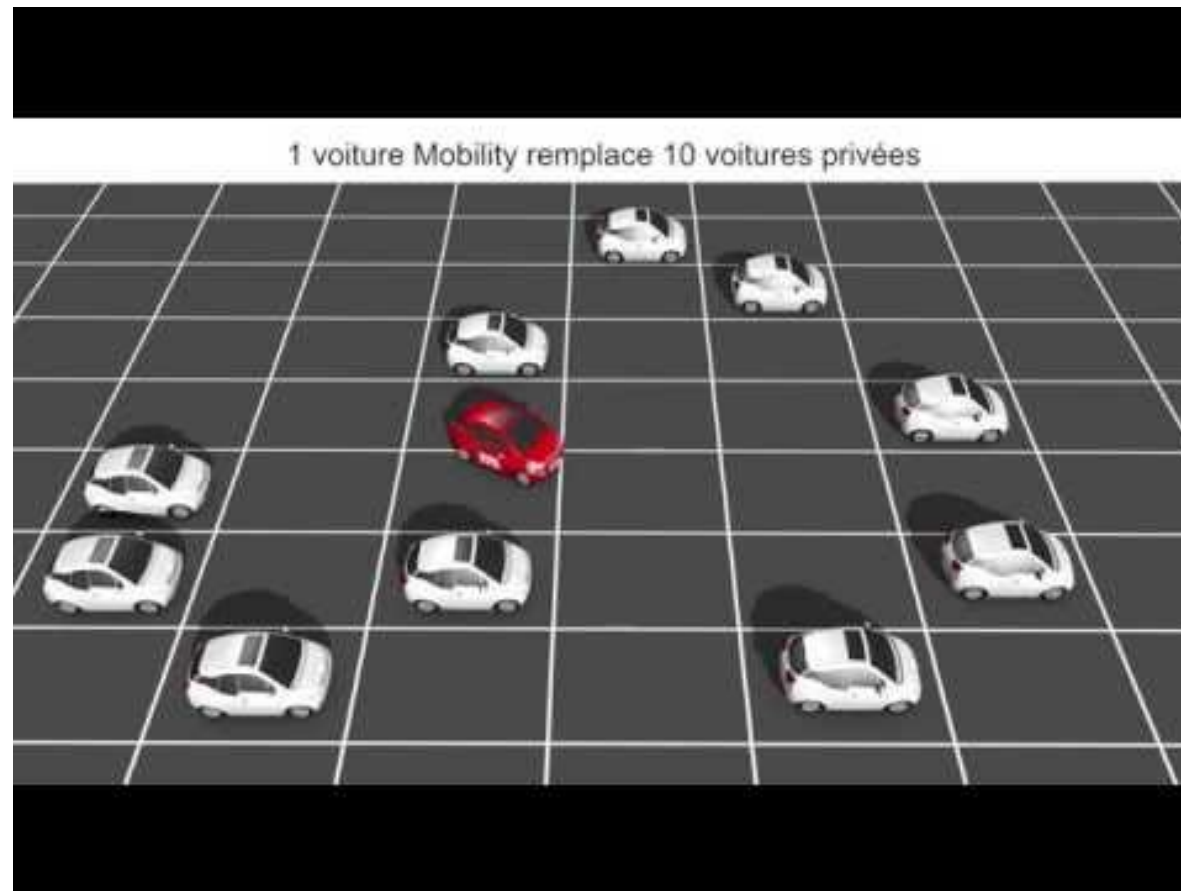


Partenariats



Communication marketing et durabilité

Éduquer les consommateurs



<https://youtu.be/AbZSUHt1S8M?list=PLik3cGDb-24iPu4M-pxVBTCQOaiucVhxQ>

Communication marketing et durabilité

Eduquer les consommateurs

❖ Plusieurs actions proposées aux clients

- Prix préférentiels pour les élèves conducteurs
- Cours de conduite EcoDrive
- Inside Mobility
- Règles de fair-play

❖ Mobility soutient RoadCross

❖ Prix des véhicules écologiques = abordable

- Les clients ont le choix d'opter pour un véhicule écologique ou non, la différence de prix pour une voiture écologique étant seulement de 50 ct de plus par heure.



RoadCross⁺
SUISSE

Conclusion et critiques

- ❖ Engagé dans la triple bottom line
- ❖ Engagé dans une communication verte



- Abandon d'Inside Mobility
- Se faire certifier?
- Proposer le tarif écologique moins cher



Merci pour votre attention !

Sources

Carlson, L., Grove, S. J., Lacznia, R. N., & Kangun, N. (1996). Does Environmental Advertising Reflect Integrated Marketing Communications?: An Empirical Investigation. *Journal Of Business Research*, 37(3), 225-232.

Benoit-Moreau, F., Larceneux, F., & Parguel, B. (2010). La communication sociétale. *Decisions Marketing*, (59), 75-78.

David, D.M., & Lambotte, F. (2011). La communication verte: stratagème ou stratégie authentique de communication marketing? Une méta-méthode d'évaluation des stratégies. *Recherches en communication*, 35, 138-151.

Global Reporting Initiative, site web, URL: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>, consulté le 28 avril 2018.

Mobility, site web durabilité, URL <https://www.mobility.ch/fr/durabilite/>, consulté le 23 avril 2018.

Mobility, site web rapport de gestion, URL <https://www.mobility.ch/fr/mobility-societe-cooperative/rapports-de-gestion/>, consulté le 25 avril 2018.

MyClimate, site web, URL: <http://www.myclimate.org/fr/>, consulté le 28 avril 2018.

RoadCross Suisse, site web, URL: <https://www.roadcross.ch/fr/>, consulté le 28 avril 2018.

SmartSuisse, site web, URL: <https://www.smartsuisse.com/>, consulté le 25 avril 2018.

Thierry, L. (2013). Communication (s) : 20 ans d'article de référence. "Communication et développement durable, des relations ambiguës". Paris : Dunod

Youtube, Vidéos Mobility, URL: <https://youtu.be/AbZSUHt1S8M?list=PLik3cGDb-24iPu4M-pxVBTCQOaiucVhxQ>, consulté le 25 avril 2018.