La bataille des flottes de vélos en entreprise est lancée

Poussé par les grèves et la crise sanitaire, le marché du vélo de fonction électrique est en pleine ascension. Les startups Zenride, Green On et Bee.Cycle tentent de répondre aux attentes des entreprises.

Temps de lecture : minute

16 décembre 2020

Temps gagné dans les transports, stress réduit, amélioration de la condition physique…Les atouts du vélo électrique séduisent de plus en plus les Français. Les grèves de fin 2019 et l'arrivée du Covid-19 n'ont fait que renforcer la croissance du secteur. Il faut dire que les astres sont alignés pour faire émerger le secteur. De nombreuses villes comme Paris ont créé en urgence de nouvelles pistes cyclables, étoffant un réseau parfois un peu éparpillé. Autre bonne nouvelle pour les salarié, ils peuvent bénéficier depuis début mai d'un forfait mobilité de 400 euros maximum par an couvrant l'usage d'un vélo classique ou électrique ou encore la pratique du covoiturage.

Mais la mesure la plus incitative pour les entreprises est sans doute la prorogation de la réduction d'impôt dédiée aux sociétés qui mettent gratuitement une flotte de vélos à la disposition de leurs salarié·e·s, jusqu'en 2024. Quelqu'en soit les moteurs, le vélo de fonction et les flottes de vélos d'entreprise réalisent un sprint.

De multiples acteurs se sont lancés, il y a plus ou moins longtemps, sur le secteur. La bataille se situe à la fois sur les prix mais aussi et surtout l'approvisionnement et la logistique. Et trois startups — Zenride, Green On et Bee.Cycle — nous ont dévoilé leurs stratégies.

Les partenariats avec de grands acteurs

Lancée en 2018, Zenride propose, comme ces deux concurrentes, une offre de location longue durée aux entreprises (LDD). Ces dernières définissent un budget moyen par salarié·e. Une fois informé·e·s, ceux-ci sont invité·e·s à aller choisir leurs modèles en magasin. "*Nous avons choisi de réaliser des partenariats avec des magasins locaux pour offrir la possibilité à chaque salarié de tester le modèle qui lui convient le mieux. Il peut même choisir un vélo cargo s'il le souhaite, moyennant une petite augmentation de sa participation mensuelle*" , développe Antoine Repussard, cofondateur de Zenride.

Cet achat local offre aussi l'avantage de bénéficier d'une maintenance précise sur un vélo déjà connu par le magasin. "*Nous choisissons des vélos de haute qualité pour éviter les désagréments, nous n'en proposons pas à moins de 2000 euros*" , poursuit Antoine Repussard. C'est bien pour accroître l'accessibilité aux vélos de fonction qu'intervient son partenariat avec Décathlon. "*Afin de démocratiser l'accès à ce service pour des entreprises de plus petites tailles au budget plus réduit, nous avons décidé de nouer un partenariat avec cette enseigne*" . Et le gain financier est clairement au rendez-vous. En moyenne chez Zenride, un salarié dépense 25 euros par mois pour un bolide électrique, 43 euros restant à la charge de l'entreprise. Avec Décathlon, la note passerait à 16 euros par mois pour les collaborateurs·rices et 27 euros pour leurs employeurs.

À lire aussi
VelyVelo, le vélo électrique pensé pour la livraison professionnelle

"*Nous allons aussi pouvoir mailler davantage le territoire et toucher des villes plus petites et donc nous adresser à d'autres clients et entreprises courant 2021*" , admet Antoine Repussard. Pour ceux qui n'auraient pas de magasin Décathlon près chez eux, Zenride a également noué un partenariat avec Alltricks (racheté par Décathlon) pour des achats en ligne.

De son côté, Décathlon y trouve aussi son compte en avançant dans le secteur du B2B. Le groupe réalise aussi des tests avec deux autres sociétés, Arvald et Azfalte.

Stockage interne et diversification des services pour GreenOn

Lancée en 2009 dans un marché beaucoup moins florissant qu'aujourd'hui, Green On mise sur la diversification en proposant des vélos en libre-service sur la voie publique, des vélos partagés en station,

des flottes de vélos de fonction ainsi que du mobilier de vélo à destination des entreprises et des administrations. Si les PME et les collectivités sont leur principales clientes, Green On remarque "*une hausse particulière des demandes des sociétés de grande taille, type CAC40*" , détaille Arthur Harmot, responsable marketing et communication chez Green On.

Contrairement à Zenride, l'entreprise réalise les commandes, la livraison et la maintenance sur site des vélos, pendant les heures de bureau. La location est disponible sur 12, 24 ou 36 mois. La startup a décidé de s'approvisionner directement auprès des constructeurs, sans intermédiaire, ce qui raccourcit le temps de traitement et les coûts. Elle possède des liens avec Arcade, O2Feel ou encore Kalkhoff en Allemagne. Pour assurer à ses clients une mise en place rapide des systèmes, GreenOn stocke même certains modèles de vélo dans ces locaux, ce qui constitue une avance de trésorerie non négligeable pour la société. Elle est même allée plus loin en co-créant un vélo à assistance électrique pour les flottes de vélos partagés avec antivol de selle, pneus renforcés, batterie dans le cadre….

Installée depuis 2009 sur ce marché, Green On constate "*une hausse des jeunes entreprises qui portent de nouveaux modèles d'offres de vélos de fonction jouant le rôle d'intermédiaire ente entreprises et vélocistes locaux*" , note Athur Harmot.

Bee.Cycle, la petite dernière

Bee.Cycle est la jeune pousse du groupe. Lancée en 2019, elle livrait ses premiers vélos en décembre 2019 avant d'être stoppée dans sa croissance trois mois plus tard. Malgré le confinement, elle connait comme ses deux consoeurs une belle croissance depuis. Ses principales clientes sont des entreprises de 10 à 1000 collaborateurs. "*Les discussions avec les grands comptes sont en cours mais les temps de décision sont très longs*" , constate Jean-Christophe Melaye, cofondateur

de Bee.Cycle.

L’entreprise a choisi de se positionner sur le seul secteur du vélo de fonction. Pour s’approvisionner, elle a noué plusieurs partenariats "*avec des constructeurs, des distributeurs et des magasins de vélos qui ont des stocks permanents à proposer. L’objectif est d’apporter une solution à nos clients malgré la pénurie*" , détaille Jean-Christophe Melaye. La logistique et la maintenance sont assurées au niveau national par Velogik, Repair and Run et Cyclofix mais aussi avec des entreprises régionales voire locales dans les villes où ces acteurs ne sont pas présents.

Cette stratégie de la pieuvre a, comme le partenariat de Décathlon avec Zenride, pour objectif d’assurer sa présence et une même qualité de services sur tout le territoire et pas seulement dans les grandes zones urbaines. Quelque soit la méthode choisie, la demande de vélo dit de fonction commence à grimper. De bon augure pour les acteurs du secteur et plus largement pour la planète.

Article écrit par Anne Taffin