



DRIVECO

RETAIL

**Des revenus supplémentaires
grâce aux bornes de recharge**

SOMMAIRE

ÉDITO

Saisissez les opportunités

créées par la révolution électrique 03

INTRODUCTION

La réglementation,

accélérateur de transition 04

1

Mettre à disposition la recharge,

un enjeu d'image de marque
et de fidélisation 05

2

Attirer une nouvelle clientèle

en participant au maillage territorial 08

3

Générer un revenu supplémentaire

et valoriser ses actifs grâce aux bornes
de recharge 12

SAISISSEZ LES OPPORTUNITÉS CRÉÉES PAR LA RÉVOLUTION ÉLECTRIQUE !

Aspect incontournable de la transition vers une économie bas-carbone, la mobilité est en pleine mutation. Aujourd'hui, **plus d'un million de véhicules électriques circulent déjà sur les routes françaises**. Et ce n'est que le début : on estime que les ventes seront multipliées par six d'ici à 2030¹. Portée par les engagements environnementaux et les législations, une révolution de l'électrique est bel et bien lancée. Cette transition s'impose comme une évidence pour les acteurs économiques. Elle est désormais adoptée tant par les particuliers que par les entreprises et les institutions publiques.

De celle-ci émerge **un nouveau paysage économique marqué par une recomposition des forces** entre acteurs en place et challengers émergents. Cette dynamique, qui impacte également des secteurs connexes comme le retail, offre, à notre sens, une opportunité inédite : celle de proposer un service complémentaire qui **fidélise vos clients, attire une nouvelle clientèle d'électro-automobilistes dans une logique drive-to-store**, et génère des revenus supplémentaires.

C'est pour vous y aider que nous avons produit ce livre blanc. Il a pour but de vous donner les clés pour comprendre et exploiter le potentiel de croissance que représente la mobilité électrique : **développer de nouveaux leviers de profits** et engager des actions valorisant durablement vos engagements responsables.

Bonne lecture !



**Louis-Nicolas
Amedee-Manesme**

Chief Revenue Officer (CRO de Driveco)

¹ Rocky Mountain Institute, X-change: Cars The end of the ICE age, Septembre 2023²

UN CADRE RÉGLEMENTAIRE PROPICE À L'ACCÉLÉRATION DU DÉVELOPPEMENT DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES

Pacte vert pour l'Europe (2020)

- Vise la neutralité carbone à l'horizon 2050, avec un engagement clair envers une mobilité sans émissions nettes.
- Stimule la mobilité électrique en tant que pivot stratégique, encourageant les investissements dans les technologies vertes.

Fit for 55 / « Ajustement à l'objectif 55 » (2021)

- Réduction d'au moins 55 % des émissions de gaz à effet de serre de l'UE d'ici à 2030, fixant des normes ambitieuses pour les constructeurs.
- Normes plus strictes et incitations à l'électrification pour favoriser l'adoption rapide des véhicules électriques.
- Encourage le développement de l'infrastructure de recharge avec l'objectif d'augmenter significativement le nombre de bornes de recharge à travers l'Europe.
- Fin de la vente des véhicules thermiques neufs d'ici à 2035.

Loi LOM (Loi d'Orientation des mobilités) (2019)

- Création des zones à faibles émissions (ZFE) pour restreindre la circulation des véhicules les plus polluants dans 11 agglomérations (Paris, Lyon, Aix-Marseille, Toulouse, Nice, Toulon, Strasbourg, Rouen, Montpellier et Grenoble).
- Promotion du déploiement des bornes de recharge, avec des incitations financières pour les entreprises qui les installent.
- Programmation de la fin des ventes de véhicules thermiques neufs.

Loi Climat et Résilience (2021)

- Renforcement des mesures en faveur de la mobilité électrique, comprenant une expérimentation de prêt à taux zéro et le maintien du bonus écologique.
- Création de zones à faibles émissions dans toutes les agglomérations de plus de 150 000 habitants.
- Incitation à l'adoption de véhicules propres dans les flottes publiques, avec des objectifs progressifs jusqu'en 2030.
- Soutien accru au développement des infrastructures de recharge pour les parcs de stationnement et nouvelles obligations pour les parcs de stationnement de plus de 20 emplacements.

01.

METTRE À DISPOSITION LA RECHARGE, UN ENJEU D'IMAGE DE MARQUE ET DE FIDÉLISATION



ACCOMPAGNER UNE TENDANCE SOCIÉTALE DE FOND

Une transformation majeure de la société est en marche. Les consommateurs, qu'ils soient particuliers ou professionnels, placent plus que jamais les enjeux sociaux et environnementaux en tête de leurs priorités. Pour les entreprises, la participation active à la transition environnementale et la valorisation de ces engagements devient un **enjeu d'image de marque, et de fidélisation des clients**.

Une tendance qui se vérifie d'autant plus dans le secteur du retail : **75 %² des Français estiment que les efforts des enseignes en matière de protection de l'environnement améliorent leur image**. De plus, 81 %³ d'entre eux considèrent ces efforts indispensables pour lutter contre la crise environnementale.

Prérequis essentiel au développement des véhicules électriques, et répondant aux attentes des consommateurs et conducteurs soucieux de leur impact, **l'installation de bornes de recharge s'inscrit dès lors pleinement dans cette dynamique vertueuse**, en accompagnant le développement de mobilités plus vertes.

Pour les enseignes, l'enjeu est double. Il s'agit, d'une part, de **crédibiliser et matérialiser vos ambitions environnementales** auprès des clients ; d'une autre, de répondre à une demande croissante, en offrant **un équipement devenu incontournable** pour de nombreux consommateurs utilisant un véhicule électrique.



² Étude OpinionWay - MagasinResponsable.com, « Les Français et les enjeux environnementaux dans les commerces », mars 2021

³ Idem

UNE COMMUNICATION ATTENDUE ET BIENVENUE

Malgré un maillage de plus en plus dense, la population semble toutefois manquer d'informations à ce sujet. Ainsi, près d'un Français sur deux (46 %) déclare ne pas avoir de borne de recharge à moins de 5 kilomètres de chez lui⁴, alors que la réalité terrain, visible sur la carte Chargemap⁵, montre une toute autre réalité !



NOTRE CONSEIL

Faites de l'installation d'une station de recharge un élément de communication sur votre zone de chalandise pour attirer une nouvelle clientèle et générer des revenus additionnels. Pensez ainsi à les référencer sur les principaux agrégateurs, à l'image de Chargemap ou Google Maps.

La bonne nouvelle : les clients Driveco bénéficient du référencement de leurs bornes sur les principales plateformes de navigation (Google Maps, Waze) ou de recherche de bornes de recharge (Chargemap)



⁴ Ipsos, « Véhicule électrique : 78 % des acheteurs sont fiers d'avoir franchi le pas », octobre 2022

⁵ <https://fr.chargemap.com/>

02.

ATTIRER UNE NOUVELLE
CLIENTÈLE ET FIDÉLISER
LA VÔTRE EN PARTICIPANT
AU MAILLAGE TERRITORIAL



ÉVOLUTION DE LA RÉGLEMENTATION : VERS UNE CROISSANCE ACCÉLÉRÉE DU PARC DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES

Afin d'atteindre les objectifs de neutralité carbone fixés au niveau européen, la France a mis en place un certain nombre de mesures incitatives pour encourager le développement du véhicule électrique, tant pour les particuliers que pour les flottes d'entreprises.

Le développement des zones à faible émission (ZFE), où la circulation des véhicules les plus polluants est restreinte, fait partie des décisions qui devraient accélérer l'adoption des véhicules électriques.

Pour accompagner l'augmentation du nombre de véhicules électriques qui en découle, le **déploiement massif des infrastructures de recharge est essentiel**. Avec plus de 127 000 points de recharge accessibles⁶ sur tout le territoire, la France fait partie des pays les plus matures en termes d'électrification. Néanmoins, il reste encore beaucoup de chemin à parcourir pour atteindre **l'objectif de 400 000 stations de recharge** fixé dans la feuille de route du gouvernement à horizon 2030⁷.

DEUX OPPORTUNITÉS : ATTIRER UNE CLIENTÈLE NOUVELLE ET AUGMENTER LE TEMPS PASSÉ EN MAGASIN

Le passage au véhicule électrique modifie les usages et pratiques des automobilistes, mettant notamment en lumière le besoin accru de planification des trajets.

En effet, contrairement aux conducteurs de voitures thermiques qui peuvent se permettre des arrêts impromptus selon leurs besoins immédiats, les possesseurs de véhicules électriques sont amenés à **anticiper et prévoir au préalable leurs lieux de recharge**. Un constat confirmé par les chiffres : **près de 70 % d'entre eux déclarent planifier les emplacements de charge avant leur trajet⁸**.

Installer une borne de recharge, c'est l'assurance d'une **plus grande visibilité sur votre zone de chalandise**, grâce, entre autres, aux outils de référencement spécifiques aux électro-automobilistes. Une fois installé, le service devient un véritable levier de fidélisation client et de préférence de marque.

Pourquoi aller ailleurs si l'expérience est bonne, fluide et le coût de la recharge connu à l'avance ?

⁶ Gouvernement, « Déploiement des bornes de recharge : en route pour 2030 ! », octobre 2023

⁷ Baromètre national des infrastructures de recharge ouvertes au public, avril 2024

⁸ Bump, Baromètre retail, mai 2023

Et après ? Vous pouvez créer de l'animation autour de vos bornes, intégrer leur utilisation dans votre programme fidélité, faire des promotions dédiées aux utilisateurs... Autant de leviers pour fidéliser vos clients actuels et futurs !



« Au-delà du fait que la recharge devient un service essentiel pour les conducteurs de véhicules électriques, il y a un avantage majeur à prendre en compte pour les enseignes : celui d'augmenter le temps passé en magasin par les clients. Nous avons pu constater une augmentation du temps moyen passé sur place de 30 à 50 % une fois la borne installée, par rapport au temps d'arrêt moyen en supermarché. »

Louis-Nicolas Amedee-Manesme
Chief Revenue Officer (CRO de Driveco)



LES BORNES DE RECHARGE : UNE SOURCE D'ATTRACTIVITÉ POUR LES ENSEIGNES

En France, **62 %⁹ des personnes interrogées se disent prêtes à modifier leurs habitudes pour fréquenter un magasin doté de bornes**, tandis que 72 % affirment qu'ils augmenteraient leur utilisation des bornes dans un supermarché si elles offraient la **possibilité de cumuler des avantages**.

Et les chiffres en attestent : 47 %¹⁰ des clients passent plus de temps en magasin lorsqu'ils disposent d'un service de recharge. Ainsi, ces données soulignent l'importance d'intégrer l'expérience utilisateur des électromobilistes en lien avec l'enseigne.

Lorsqu'un service de recharge est disponible, 47 % des clients passent davantage de temps en magasin¹¹.

⁹ Bump, Baromètre retail, mai 2023

¹⁰ Idem

¹¹ Idem

TÉMOIGNAGE

CARREFOUR MARKET DE BERRE-L'ÉTANG

Pionnier local de la mobilité électrique grâce aux bornes de recharge



Yannick Ardouin est gérant du Carrefour Market de Berre-l'Étang.

Conscient de l'accroissement du parc automobile électrique, il ne souhaitait pas attendre la loi d'orientation des mobilités (LOM) pour s'intéresser aux bornes de recharge pour les véhicules électriques.

POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DE VOTRE MAGASIN ET DE SA CLIENTÈLE ?

Le Carrefour Market de Berre-l'Étang, situé dans les Bouches-du-Rhône, est le seul supermarché d'une localité de 14 000 habitants. Nous accueillons entre 8 000 et 9 000 clients par semaine.

Le magasin est implanté sur un terrain de plus d'un hectare : la surface de bâti occupe 3 000 m², dont 1 800 m² de boutique. La clientèle de proximité a accès à un parking comprenant 200 places.

À QUELS ENJEUX RÉPONDENT L'INSTALLATION DE BORNES DE RECHARGE ?

Tout d'abord, cela s'inscrit dans une volonté d'apporter un nouveau service à nos clients, pour toujours mieux répondre à leurs attentes. Cela nous permet également de valoriser notre positionnement de pionnier et de précurseur au niveau local, sur ce marché des véhicules propres en pleine croissance. Au-delà de nos clients, il s'agit aussi de **gagner en visibilité et notoriété à l'échelle de la commune**, en tant qu'acteur engagé et innovant. Enfin, sur un plan plus opérationnel,

les recettes générées par la location des places de parking équipées en bornes électriques constituent un levier supplémentaire de revenus non négligeable.

QUELS BÉNÉFICES POUR VOTRE CLIENTÈLE ?

En plus d'offrir la possibilité à nos clients de faire leurs courses tout en rechargeant leur véhicule, cette installation permet de répondre aux besoins de la population locale. En effet, la ville compte un grand nombre d'immeubles, et les gens qui ont une voiture électrique dans ces appartements ne peuvent pas les recharger. C'est ainsi que nous nous inscrivons véritablement en acteur de notre territoire, en proposant un service essentiel à la vie de la commune et de ses habitants.



03.

GÉNÉRER UN REVENU
SUPPLÉMENTAIRE ET VALORISER
SES ACTIFS GRÂCE AUX BORNES
DE RECHARGE



En augmentant votre clientèle en magasin grâce au drive-to-store, vos bornes vous offriront également une **source de revenus directe supplémentaire**. Pour profiter pleinement de ce potentiel, encore faut-il aménager vos sites en conséquence. Deux options s’offrent à vous pour installer des bornes et proposer un service de recharge électrique à vos clients.

La première consiste à acheter le matériel – option qui implique notamment d’en gérer la monétisation et la maintenance. La seconde solution est de **déléguer l’installation et l’exploitation à un opérateur externe**, qui en plus de mettre à disposition les puissances les plus adaptées, en assure l’entretien, la réparation ainsi que l’ingénierie financière.

DES REVENUS GARANTIS GRÂCE AUX LOYERS

En optant pour un opérateur spécialisé dans le déploiement de bornes électriques, vous pouvez **générer des revenus récurrents sans investissement de départ**. En contrepartie de la mise à disposition d’emplacements de stationnement, le propriétaire peut percevoir, en fonction des termes du contrat, des loyers fixes ou variables, versés par l’opérateur. Ce dernier se charge de rentabiliser les infrastructures grâce aux sessions de recharge facturées aux utilisateurs.

UNE REVALORISATION DES ACTIFS

Au-delà des revenus immédiats, la présence de bornes de recharge valorise l’ensemble de vos actifs fonciers sur le long terme. En transformant des espaces sous-utilisés (tels que des parkings) en sites aménagés et connectés, leur potentiel se trouve décuplé. Cette montée en gamme contribue à accroître son attractivité auprès de votre clientèle et ainsi la valeur du local commercial.

LOI LOM : LES OBLIGATIONS D’ÉQUIPEMENT EN BORNES DE RECHARGE

	Nombre de points de charge à installer Parking > 10 places	Nombre de points de charge à installer Parking > 20 places	Points de charge aux dimensions PMR
Bâtiments non résidentiels pré-existants	-	5 %	
Bâtiments non résidentiels neufs ou avec rénovation importante	20 %	-	Si > à 10 places : minimum 1 point de charge
			Si > à 20 places : minimum 2 point de charge

DRIVECO, PARTENAIRE DE VOTRE ATTRACTIVITÉ

Pionnier français de la recharge de véhicules électriques, Driveco a pour mission de rendre accessible la mobilité électrique à tous, en proposant l'expérience la plus simple, en développant le réseau le plus fiable et en fournissant une énergie renouvelable, pour construire une société plus écologique.

Driveco c'est, à fin 2023, un réseau de 10 000 points de charge toutes puissances (confort, rapide et ultra-rapide), et le plus grand réseau de stations de recharge ouvertes au public en France, avec la meilleure fiabilité du marché.

CHOISIR DRIVECO, C'EST FAIRE LE CHOIX :



- D'intégrer **l'un des plus grands réseaux** de stations ouvertes au public ;
- De déployer les stations de recharge **les plus fiables du marché¹²** ;
- De travailler avec une entreprise reconnue pour son **excellence opérationnelle et industrielle** ;
- De proposer des bornes approvisionnées uniquement en **énergie locale et propre**.

¹² La disponibilité des bornes Driveco est de 98,7% contre 81% au niveau national, selon une étude Gireve et Mobileeese.

Vous gérez un ou plusieurs sites et souhaitez équiper votre parking d'une ou plusieurs bornes de recharge électrique ?

PARLONS-EN !

Driveco, 33 rue de Monceau, 75008 Paris
info@driveco.com - +33 9 72 56 26 80