13-KMS105 BMW_KMS 2014 04/07/2014 16:27 Page 31

LES PARTICIPANTS À LA TABLE RONDE

Dominique ALAIN (Directeur général Autovista France) :
« Nul doute que le véhicule électrique existera encore dans trois ou quatre ans. La vraie question est de déterminer l'acceptation d'un véhicule électrique à la revente sur le marché des particuliers ».

Thomas BLUM (Responsable Grands Comptes chez Kia Motors France) :
« Le fait qu'une marque comme Kia propose une garantie sur sept ans rassure l'utilisateur mais aussi le loueur tant au niveau de l'entretien que de la revente ».

Dominique BOIRAUD (Responsable des ventes société et VO chez Skoda France) :
« L'aspect nouveauté a généralement un impact positif sur le TCO étant donné que les nouveaux modèles affichent généralement des consommations inférieures, une fiscalité plus favorable et une valeur résiduelle supérieure ».

Frédéric DELMOTTE (Responsable Gds Comptes Ventes Sociétés et VU chez Nissan West Europe) :
« Nous poussons le véhicule électrique avec la Leaf mais aussi désormais l'utilitaire e-NV 200. Il faut reconnaître que nous avons du mal à « entraîner » les loueurs longue durée ».

Denis FERAULT (Directeur Consulting Groupe Arval) : *« Il ne faut pas négliger l'impact du comportement du conducteur sur les coûts d'utilisation et d'entretien d'un véhicule notamment au niveau de l'usure, de la consommation de carburant ou de l'accidentologie. L'essentiel des variations entre le TCO natif et le TCO a posteriori vient des utilisateurs ».*

Loïc LE STER (Responsable VR et études de marché à la direction commerciale France de Renault) :
« les entreprises ne doivent pas hésiter à comparer et à se rapprocher, bien entendu de Renault, le leader en France du marché des entreprises ».

Jean-Christophe LUCCHI (Responsable TCO et VR chez PSA Peugeot Citroën) :
« le premier frein à l'achat d'un véhicule électrique reste l'autonomie limitée, ce qui n'est pas le cas avec les hybrides ».

Edouard RANCE (Directeur général du cabinet conseil ERCG) :
« Chacun a sa définition et l'on met ce que l'on veut dans le TCO. Logiquement, il faut prendre en compte tous les coûts pour avoir une idée précise de ce que va coûter le véhicule à l'entreprise ».

Alexandre ROULAND (Chef du service Entreprise chez Audi france) :
« La question de fond est et reste l'attractivité du particulier par rapport aux véhicules électriques et hybrides ».

Patricia SINNAH (Sales Manager Athlon Car Lease France) :
« Il est possible de passer du TCO au TCM (coût total de la mobilité) qui prend également en compte les coûts liés à tous les déplacements dans l'entreprise y compris en dehors de l'automobile : taxis, péages, avions, train... ».

Sébastien VIAUD (Country Sales Manager chez Jato) :
« La définition du TCO change en fonction de l'utilisation du véhicule. Il faut prendre en compte la méthodologie du client utilisateur et ajouter ou retirer des composants en fonction de l'utilisation prévisible du véhicule ».

Vincent WOJCIECHOWSKI (Remarketing Manager France chez Athlon Car Lease France) :
« Il ne faut pas non plus perdre de vue l'intérêt fiscal que représentent les véhicules hybrides actuellement ».

Levon YEZEGUIELIAN (Regional Fleet Sales Manager chez Tesla France) :
« Nous devons lutter contre une grande méconnaissance des véhicules électriques. Il faut de toute évidence simplifier l'offre en matière de véhicules électriques pour pousser le marché ».