



« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2015

ENTREPRISE - MARQUE

S.N.G.T / G7

INITIATIVE

G7 GREEN : des taxis hybrides / électriques pour une mobilité urbaine durable



L'un des 3 000 véhicules G7 Green

Description de l'initiative

Date de lancement

Octobre 2007

Description synthétique

Contexte

Paris et sa banlieue sont de plus en plus confrontés à des problèmes de pollution du fait de la circulation automobile. En tant que plateforme de réservation de taxis, G7 se devait de s'adapter à cette nouvelle donne. Nous avons donc décidé de développer une flotte de véhicules hybrides et/ou électriques.

G7

Depuis plus de 110 ans, G7 s'engage à améliorer et faciliter les déplacements de ses clients en créant des solutions de mobilité sur mesure. Leader du taxi en Europe avec 8 000 taxis

affiliés à Paris et 4 000 taxis partenaires dans le reste de la France et à l'international, G7 réalise 13 millions de courses par an et transporte plus de 20 millions de passagers en France. Cette position de leader s'accompagne de responsabilités sociétales et environnementales.

G7 Green

G7 a lancé sa flotte G7 Green en Octobre 2007 (ex GreenCab) avec 28 Toyota Prius hybrides. Cette flotte compte aujourd'hui 3 000 véhicules. Il s'agit de la plus grande flotte de véhicules hybrides/électriques d'Europe. Elle joue un rôle essentiel dans le développement d'une mobilité urbaine engagée et plus durable à Paris.

Comment a-t-elle été déployée ?

G7 Green a été déployé en proposant aux taxis affiliés parisiens des tarifs de véhicules attractifs directement négociés avec les constructeurs et des incitations financières (jusqu'à 10 000 euros d'aides à l'achat), pour aider ses chauffeurs à investir dans l'hybride.

Comment a-t-elle été communiquée auprès des consommateurs ?

Nous communiquons régulièrement autour du service G7 Green afin d'inciter nos clients à utiliser ces véhicules plus respectueux de l'environnement. Les différents supports de communication que nous utilisons sont :

- Le site internet : www.g7.fr
- Les applications mobiles (via un interstitiel)
- Les emailings
- Les réseaux sociaux (Facebook et Twitter)
- Les affiches publicitaires
- Les adhésifs G7 Green différenciants sur les véhicules concernés
- Les Communiqués de Presse (lors des pics de pollution entre autres)
- Les événements parisiens ayant un lien de proximité comme la « Journée sans voiture »
- Le Bilan mensuel de l'empreinte carbone des courses réalisées par nos clients BtoB (la méthode de calcul du bilan a été certifiée par ECOACT)

En quoi est-elle innovante ?

Dans un métier où le moteur diesel est omniprésent (faible consommation au regard des dizaines de milliers de kilomètres que parcourt un chauffeur chaque année) et où une importante autonomie du véhicule est primordiale, il était très innovant pour G7 en 2007 de s'engager dans la voie des véhicules hybrides ou électriques. G7 a ainsi été la 1^{ère} entreprise à proposer un service premium de taxis totalement électriques, avec ses 12 Tesla S.

G7 propose à ses clients BtoB la « Préférence G7 Green » à plus large échelle. Ainsi, les entreprises clientes qui le désirent, se verront systématiquement attribuer un G7 Green à toute commande de taxi si le délai de disponibilité est suffisamment bas. A ce jour, 135 sociétés dont 7 du CAC40 ont opté pour la préférence Green.

Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ?

Il a fallu tout d'abord communiquer auprès des chauffeurs de taxi pour les inciter à s'équiper d'un véhicule hybride et lever leurs doutes (consommation, fiabilité de la technologie...).

D'un autre côté, il était très important pour G7 de disposer de nombreux G7 Green car cela était le gage d'une mise à disposition rapide pour le client. En effet, dans le cas contraire, avec peu de véhicules, les clients demandant un G7 Green auraient pu ne pas voir leur demande satisfaite ou dans des délais trop importants.

Quels sont les prochaines étapes et prochains objectifs liés à cette initiative ?

G7 souhaite continuer le développement de son service G7 Green, qui s'inscrit dans sa politique de mobilité urbaine durable. Les avancées technologiques et la réduction des coûts rendent plus accessibles les automobiles « propres », permettant un accroissement de la part de ces véhicules au sein de la flotte G7.

Enfin, une veille technologique est effectuée en permanence sur les automobiles pour que G7 reste le premier service de taxis à proposer à ses clients les transports urbains de demain (électrique, hydrogène...).

Création de valeur

En quoi cette initiative a-t-elle été / est-elle créatrice de valeur :

- **Pour la société (impact environnemental et social) ?**

La lutte contre la pollution atmosphérique est un "enjeu prioritaire" pour 86% des Parisiens. G7, avec son service G7 Green, participe à la réduction des émissions de CO₂ et accompagne la ville de Paris dans son projet environnemental.

De plus, une conduite sûre, économique et responsable vis-à-vis de l'environnement permet de réduire la consommation de carburant (de 10 à 20 pleins par an) et donc d'émettre moins de gaz à effet de serre. En conséquence, tous les chauffeurs ont été sensibilisés à des techniques simples d'éco-conduite.

Par ailleurs, G7 est partenaire de la fondation de Yann Arthus-Bertrand GoodPlanet pour la compensation des émissions de gaz à effet de serre liées aux courses commandées en G7 Green : ce sont ainsi 206 tonnes en 2014 et 310 tonnes en 2015 qui ont déjà été compensées.

G7 participe également au programme Action Carbone Solidaire de GoodPlanet qui promeut une démarche éco-responsable auprès des entreprises, institutions et collectivités.

- **Pour l'entreprise ?**

Pour les chauffeurs affiliés :

L'acquisition d'une voiture hybride leur permet de réduire considérablement leur facture d'essence mais aussi de bénéficier d'un confort de conduite supplémentaire.

Aujourd'hui, plus de 75% des chauffeurs G7 Green déclarent avoir l'intention de racheter un véhicule « propre » lors du prochain renouvellement de leur taxi.

Pour G7 :

Coté clients, 99% des passagers ont un jugement positif sur la qualité du véhicule et plus de 80% d'entre eux se déclarent sensibles à cette offre de taxis « éco-responsables ».

Aux clients professionnels soucieux de réduire leur empreinte carbone liée aux déplacements, G7 propose de leur attribuer, chaque fois que cela est possible un véhicule G7 Green, sans délai ni coût supplémentaire. Dans une zone définie, quand plusieurs taxis, dont un hybride, sont libres à la même distance de l'adresse demandée, le taxi hybride sera envoyé en priorité aux clients ayant choisi l'option « Préférence G7 Green ». En moyenne 1 taxi sur 3 disponible est un G7 Green. Ainsi, ce service a un réel impact positif sur les émissions de particules.

Le volume de courses G7 Green a, de ce fait, été multiplié par 5 depuis avril 2013. En 2015, plus de 3 millions de courses ont été effectuées. En moyenne, cela se traduit par une baisse annuelle de 25% de rejet de CO₂.

Quelles sont selon-vous les clefs de réussite d'un projet de marketing durable?

Pour qu'un projet de marketing durable soit efficace et s'inscrive dans le temps, il faut qu'il fasse partie intégrante de la stratégie d'entreprise. C'est le cas de G7 qui est engagé dans une véritable démarche éco-citoyenne.

Par ailleurs, le projet doit bénéficier à l'environnement mais aussi à l'entreprise pour qu'il s'agisse d'un engagement pérenne, sincère et non opportuniste.

De plus, le projet doit être évolutif afin de pouvoir s'adapter aux évolutions technologiques de demain.

Enfin, la communication doit être double : interne pour fédérer les employés autour d'une stratégie durable et externe pour pousser les clients à adopter des solutions plus responsables.

Pour en savoir plus

<http://www.g7.fr/decouvrez-nos-services-taxis>