

Bump accompagne l'électrification des flottes automobiles de Fraikin

Acteurs historiques et jeunes pousses françaises travaillent main dans la main pour repenser la mobilité et décarboner ce secteur.

Temps de lecture : minute

9 mai 2023

La startup prévoit d'ouvrir l'Italie et un second pays en 2023 et travaille toujours sur deux axes : construire un réseau de recharge rapide en milieu urbain et permettre aux professionnels d'électrifier leur flotte. C'est notamment ce qu'elle développe avec le Groupe Fraikin, l'un de ses nouveaux clients, leader européen de location de véhicules à destination des professionnels.

Après un peu plus de 2 ans d'existence, Bump compte aujourd'hui 389 clients en B2B, ce qui représente, selon son fondateur, un total potentiel de 400 000 véhicules. *"Aujourd'hui, nous sommes à la fois dans une phase d'acquisition de nouveaux clients et une phase d'accompagnement des existants pour intensifier le passage à l'électrique"*, commente François Oudot, fondateur et CEO de Bump. Le bilan commercial 2022 est donc positif et le bilan environnemental l'est tout autant : *"Grâce au déploiement de nos bornes de recharges, nous avons distribué 1 mégawattheure d'électricité en 2022, ce qui a permis d'économiser 400 000 litres d'essence et donc plus de 1 000 tonnes de CO2"*, partage fièrement François Oudot.

"En France, la mobilité génère 32% des émissions de gaz à effet de serre, et 60% d'entre elles sont liées aux véhicules détenus par des

entreprises”, explique François Oudot. Décarboner ce segment est donc critique. “On ne va pas se leurrer, dans un pays latin comme la France, la volonté de décarbonation vient surtout via le plan réglementaire. Mais des enjeux commerciaux, économiques ou environnementaux peuvent aussi pousser les entreprises à vouloir décarboner. Il y a une prise de conscience globale, mais la transition prendra du temps”, analyse Olivier Dutrech, responsable de l’innovation du Groupe Fraikin.

La société française qui loue des véhicules utilitaires et des poids lourds depuis plus de 80 ans, veut aujourd’hui être un véritable acteur de la mobilité. *“Nous avons toujours été agnostiques sur les constructeurs et les carrossiers avec lesquels nous travaillons, c’est le cas aussi sur les énergies. Pour accompagner nos clients en matière de décarbonation, il existe plusieurs solutions adaptables à différents cas d’usage. L’électrique en fait partie”,* indique Olivier Dutrech.

“L’enjeu de l’électrique aujourd’hui, c’est d’être significativement moins cher que le pétrole, sinon ça ne marchera pas. Les véhicules sont plus chers, imposent plus de contraintes, on ne peut pas en plus demander aux gens de payer leurs recharges plus chères”, explique François Oudot. La startup met un point d’honneur à ne pas dépasser le seuil des 60 centimes d’euros le kilowatt, qui équivaut à 2 euros le litre d’essence, et veut même être au moins être 15% moins cher.

Bump a aussi développé une offre “Charge and Demand” pour pousser les entreprises à passer d’une économie d’achat d’équipements à une économie de l’usage. *“Cette offre permet d’être plus flexible sur le financement, ce qui est un gros sujet en matière de décarbonation. Le ticket d’entrée pour décarboner est souvent conséquent et les coûts d’infrastructure peuvent être un vrai frein. Avec Charge and Demand, Bump flexibilise le ticket d’entrée”,* partage Olivier Dutrech.

“Les énergies renouvelables ont des usages plus complexes. C’est la

première fois que le monde du transport fait face à un tel défi. Au-delà de remplacer des véhicules thermiques par de l'électrique ou d'autres énergies propres, il faut repenser tout un écosystème qui a mis des années à se mettre en place", explique Olivier Dutrech.

"C'est là que l'émergence de nouveaux acteurs comme Bump avec des convictions et une vision forte est clé. Mais il faut réussir à faire communiquer les acteurs historiques et l'écosystème startup, ce qui n'est pas acquis. Au-delà de l'installation de bornes, le service, le conseil et l'accompagnement sont capitaux. Pour qu'un plan de décarbonation d'une flotte soit réaliste et opérationnel, il y a certaines étapes à ne pas griller, notamment celle de l'acculturation. Il faut sensibiliser les clients et les collaborateurs, les former et les accompagner", poursuit-il.

"On a besoin de partenaires pour opérer une solution et la garantir dans le temps, pas seulement vendre des bornes", commente Olivier Dutrech. "Nous voulons nous positionner comme un point de contact unique sur tous les sujets de recharge. Notre mission va plus loin que la simple installation de bornes. Il y a un véritable enjeu d'intégration digitale aux outils métiers du quotidien", ajoute François Oudot.



À lire aussi
Avec ZEBOX, CMA-CGM cultive son optimisme pour l'écosystème startups

Article écrit par Manon Triniac