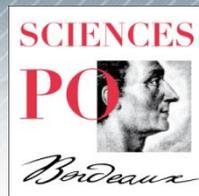




Programme de recherche prospectif:
Transition(s) vers une économie écologique?
TEE

Transition(s) des systèmes
automobiles vers les
mobilités vertes?



) Conception de la transition:



Objectifs :

- Parvenir à des scénarios réalistes, partagés par les principaux acteurs concernés, sur la base d'une analyse fine de la trajectoire présente et future d'un des secteurs clés de l'économie française



Un domaine, l'automobile

Qui est on ne peut plus « consistant » côté offre comme côté demande

Qui est cité systématiquement dès que l'on parle de croissance verte

Qui est l'objet depuis très longtemps d'erreurs prospectives manifestes

Trois objets de recherche traités en chaussant ces lunettes :

Le véhicule électrique (VE) et sa place dans l'industrie automobile

Le « plan » Véhicule Vert Breton et son échec comme forme archétypale de transition ratée

Les « garages » oubliés de la pensée dominante sur les modalités possibles et souhaitables d'évolution vers une automobile propre



Notre cadre : les deux faces du rapport salarial

)FACE 1

Comment l'incertitude sur les débouchés est-elle levée ? Comment la production est-elle « validée socialement » ?

)FACE 2

Comment l'incertitude productive est-elle levée ? Comment les organisations productives mettent-ils les gens au travail ?

Notre approche de la transition :

)Le couplage de l'exigence écologique avec celles plus prégnantes qui importent au niveau de l'une et l'autre face du rapport salarial est nécessaire pour que les souhaitables transitions s'opèrent

)C'est en réussissant la greffe des exigences écologiques sur celles plus structurantes pour les acteurs qui caractérisent les différents sous-ensembles de l'industrie que les transitions s'opèreront.

)Ces greffes ont-elles commencé à s'opérer et sinon comment pourrait-on les favoriser ? Telles sont au fond les questions que nous posons.

(Notre méthode commune d' investigation



Mettre en examen les deux faces du rapport salarial et la nécessité de les faire évoluer conjointement pour produire les transitions vers une économie écologique censées être favorisées.

) FACE 1

Les formes et objets de consommation répondant aux exigences écologiques ne doivent pas être vécus comme des punitions ou représenter des surcoûts importants pour les consommateurs.

Au contraire, il faut qu' en termes de coût et de qualité de service ou de vie, les consommateurs y trouvent leur compte

) FACE 2

Le travail qui aboutit à la production des biens et/ou services automobiles nouveaux doit être « vertueux », autant que faire se peut, pour les travailleurs qui sont déjà engagés dans leur production aujourd' hui.

Il est même préférable que le travail pour progresser dans les voies écologiques soit plus intéressant ou plus rémunérateur que ceux d' aujourd' hui

Cette exigence « d' inclusivité » rappelle que la capacité des mutations envisagées se réduit lorsqu' elles impliquent l' exclusion des travailleurs ou entreprises jusque là mobilisés.

Le véhicule électrique (VE) et sa place dans l'industrie automobile

A. Villaréal

Le « plan » Véhicule Vert Breton et son échec comme forme archétypale de transition ratée

F. Dufour

Les « garages » oubliés de la pensée dominante sur les modalités possibles et souhaitables d'évolution vers une automobile propre

B. Jullien

J. Gombault

E. Dutertre



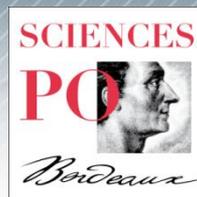
Programme de recherche prospectif:
Transition(s) vers une économie écologique?
TEE

Axel Villareal, Chercheur associé au GERPISA

Le véhicule électrique:
artefact d'une transition
vers une mobilité verte?

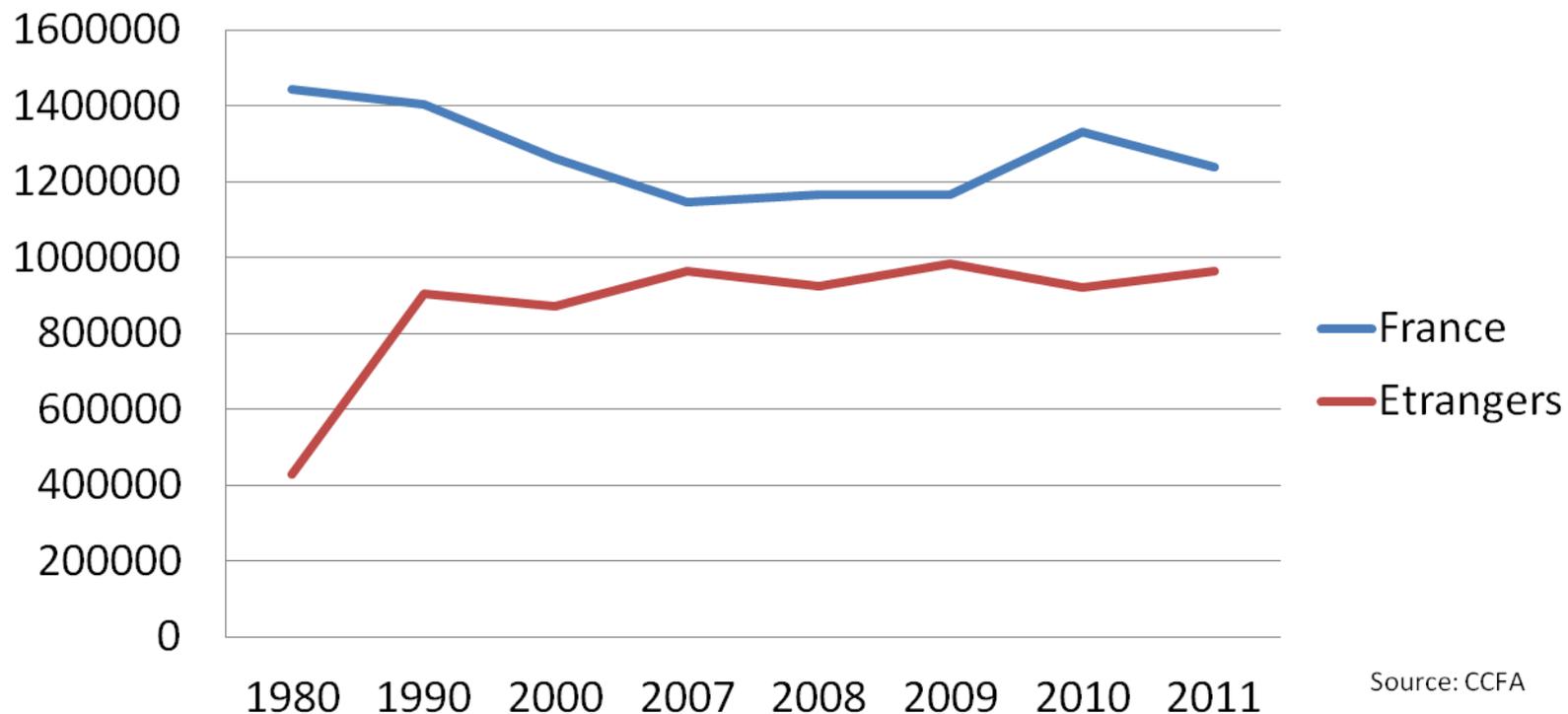


Note de synthèse prospective



Une difficulté croissante des constructeurs français à gagner des parts de marché sur leurs bases domestiques

Immatriculations des VP neuves par marques

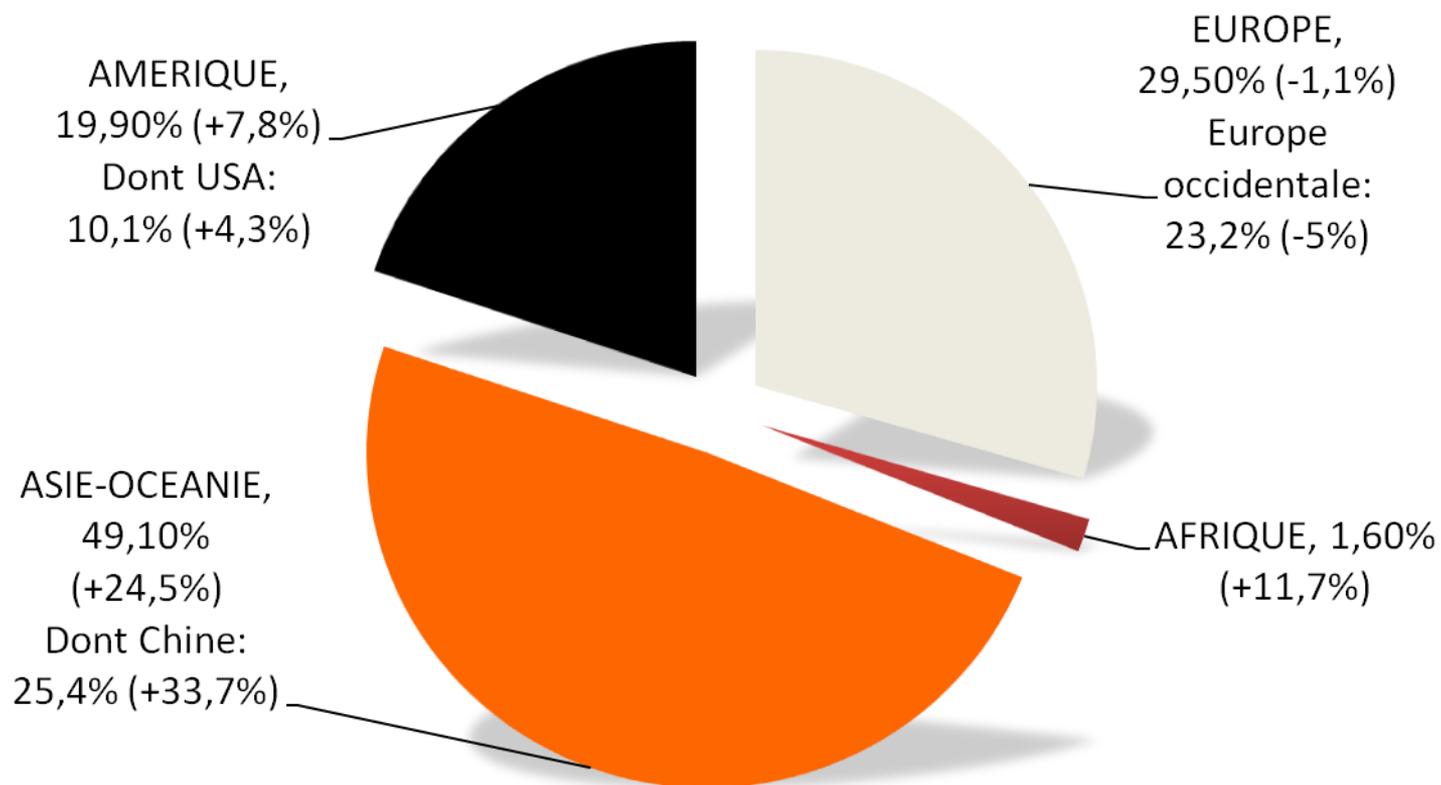


Source: CCFA

(L'industrie automobile française aujourd'hui



) Une croissance qui se fait essentiellement dans les BRIC

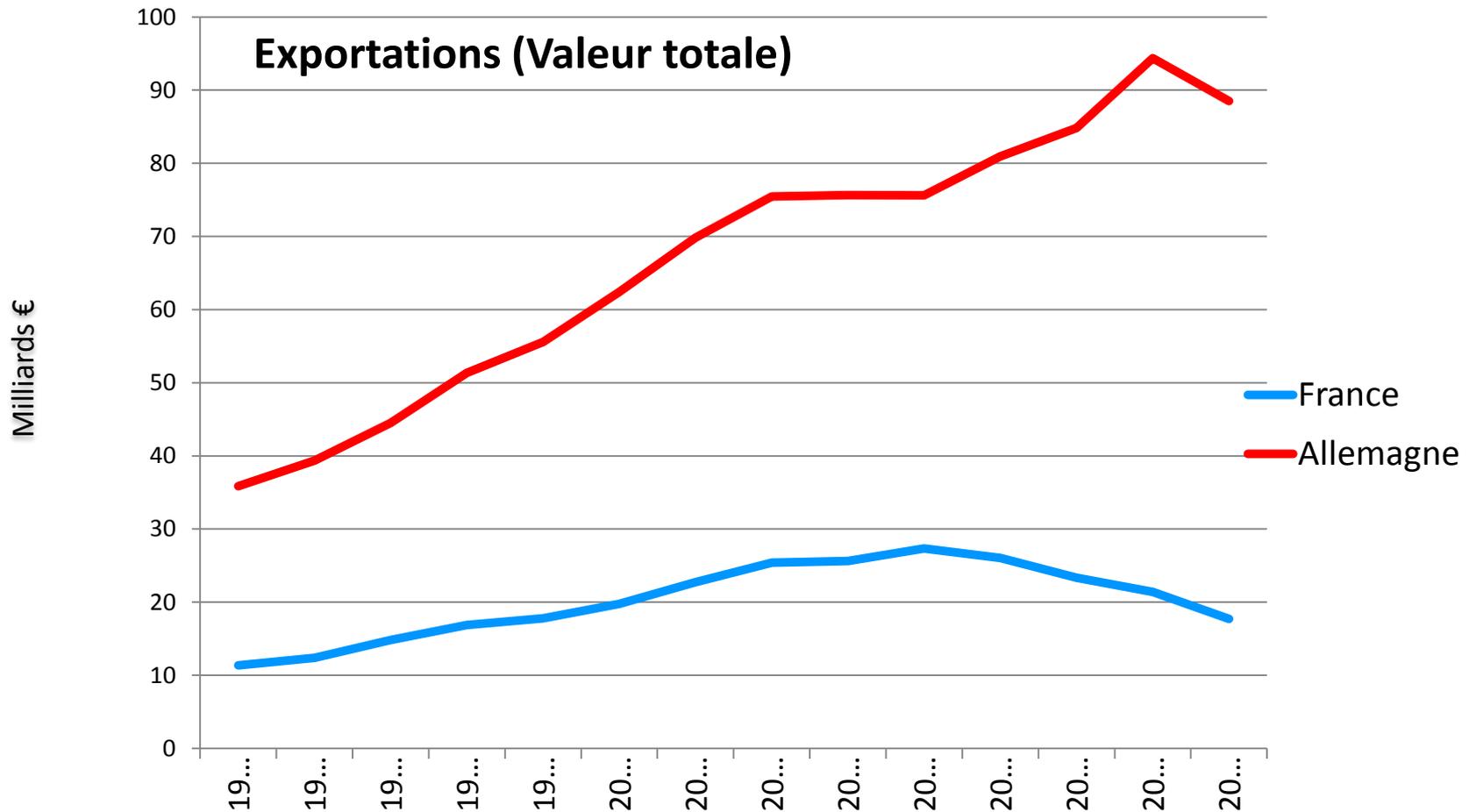


Source: CCFA

L'industrie automobile française aujourd'hui



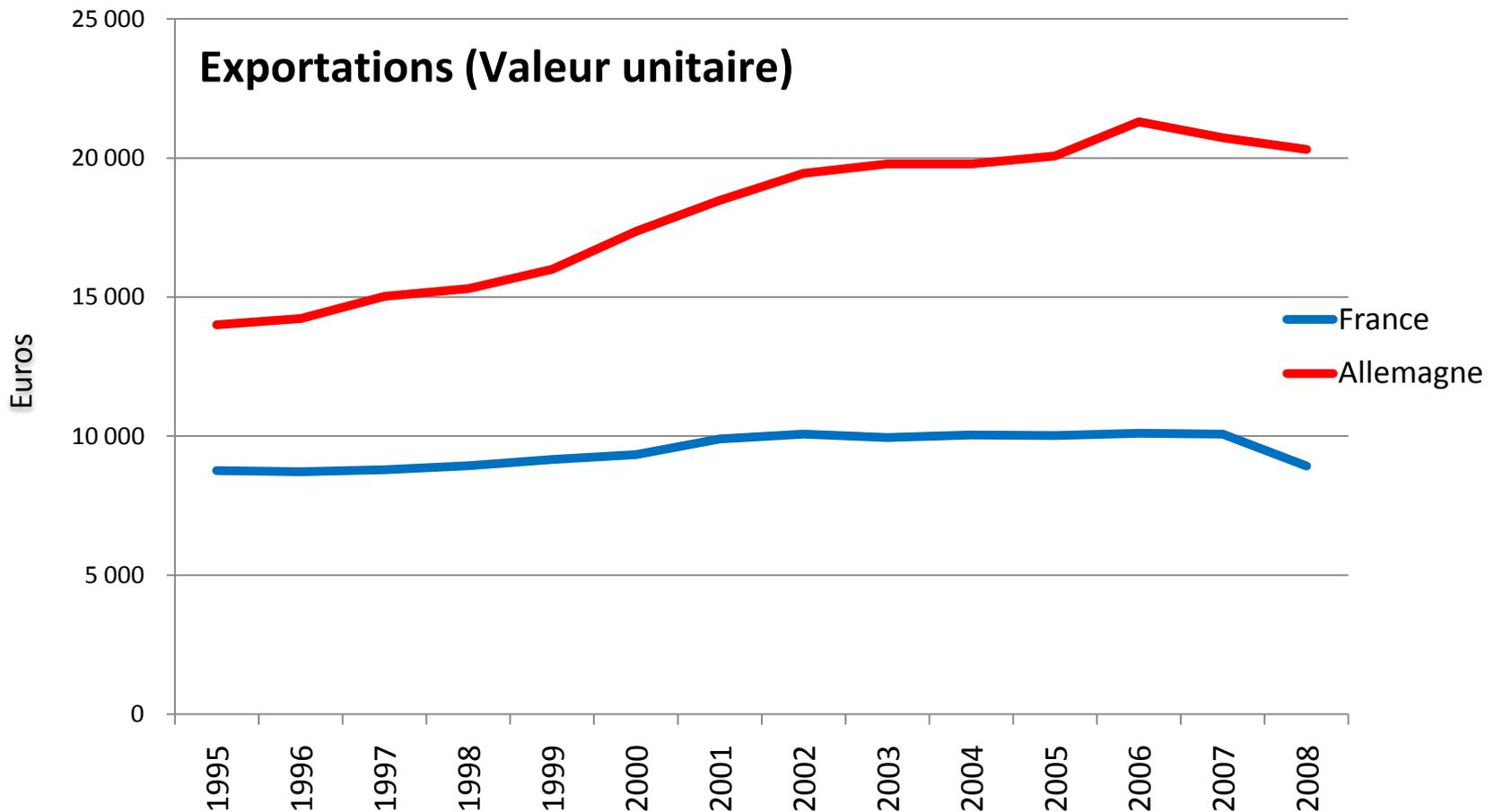
Un déficit de compétitivité de l'industrie automobile française



L'industrie automobile française aujourd'hui



Un déficit produit



(Le problème de la désindustrialisation



(Millions)	Production domestique (VP+VU)			Variation %
	2004	2008	2010	
France	3,67	2,57	1,94	-47,1%
Allemagne	5,57	6,05	5,9	5,9%

(Miliards €)	Solde du commerce extérieur			Variation %
	2004	2008	2010	
France	12,7	-3,2	-2,1	-116,5%
Allemagne	78,2	101		29,2%

(Milliers)	Effectifs				Variation %
		2004	2008	2010	
France		301	257		-14,6%
Allemagne		773	757	709	-2,1%

Sources: CCFA, VDA

(Pourquoi la question de la transition se pose avec le VE?



) Au niveau de l'industrie

- Trouver de nouveaux débouchés en Europe
- Se démarquer de la concurrence
- Eviter le leapfrogging technologique dans les pays émergents.

) Au niveau des Etats

- Aller dans le sens des régulations environnementales
- Soutenir l'emploi automobile en Europe
- Limiter la dépendance au pétrole

Formes et horizons de la transition: une nouvelle configuration



) Impact de la crise sur l'industrie automobile:

- nécessité de hâter les changements de l'industrie (renouvellement)

) Affaiblissement des constructeurs historiques:

- opportunités pour de nouveaux entrants de s'imposer sur le marché automobile (chaîne de valeur)

) Historiquement, on sait que la transition peut être accélérée si l'on consent aux investissements dans la R&D

- Première révolution automobile (Bardou et al. 1974) et Seconde Révolution Automobile (Freysenet, 2009)



Un new deal automobile?



Affaiblissement des soutiens politiques à l'industrie automobile dans les grands pays occidentaux

- anti-automobilisme

Volonté des consommateurs de libérer du pouvoir d'achat pour d'autres choses

- évolution négative du consentement à payer des ménages pour l'automobile

Les marchés matures ont tendance à stagner

- Aujourd'hui, ils diminuent en France

Les grands enjeux de l'industrie se négocient hors des frontières domestiques des constructeurs occidentaux

- Décisions prises sur les marchés émergents et poids grandissant des pays sans constructeurs en Europe



Comment penser la rupture?



1) Remettre en cause progressivement la propriété du véhicule

- (la voiture = objet de mobilité)

2) Penser la voiture électrique en termes de coût

- Les externalités environnementales sont souvent des bénéfices collatéraux.

3) Rester proche des attentes des consommateurs et favoriser l' émergence d' un véhicule électrique « populaire »

- Sortir de la spirale infernale du premium à tout prix pour réduire le déficit produit et de compétitivité

4) Soutenir l' investissement dans les filières énergétiques et favoriser les expérimentations multi-modales.

- Investir dans les alternatives à la voiture et les expérimentations locales (BMA, VVB, ...)

5) Favoriser une transition par les services

- Ne pas négliger la mutation de l' existant (garages) au profit de nouveaux services



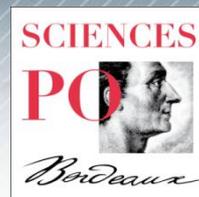
Programme de recherche prospectif:
Transition(s) vers une économie écologique?
TEE

Fanny Dufour & Alain Somat
Laureps, CRPCC - Université de Rennes 2

Le plan « véhicule vert
Bretagne »: Récits et analyse
d'un territoire de transition



Etude ethno méthodologique d'une transition « ratée »



(Le Plan VVB : une tentative territoriale pour favoriser une TEE



) Intérêt du cas pour TEE :

Pourquoi le territoire se mobilise-t-il pour tenter d'organiser sa mutation économique, écologique, industrielle ?

Pourquoi est-on dans une problématique de transition ?

- Ambitions initiales d'intégration des deux faces du rapport salarial
- Une trajectoire ambiguë indiquant des difficultés à obtenir effectivement les évolutions souhaitées



Quelques repères



) **PSA : usine de production de La Janais (proche Rennes) pour les véhicules haut/moyen de gamme (Peugeot 508, Citroën C6...)**

En 2005 :

- 10 000 emplois sur le site et une 20 000 emplois (directs et induits) dans le bassin
- Production de 340 000 véhicules

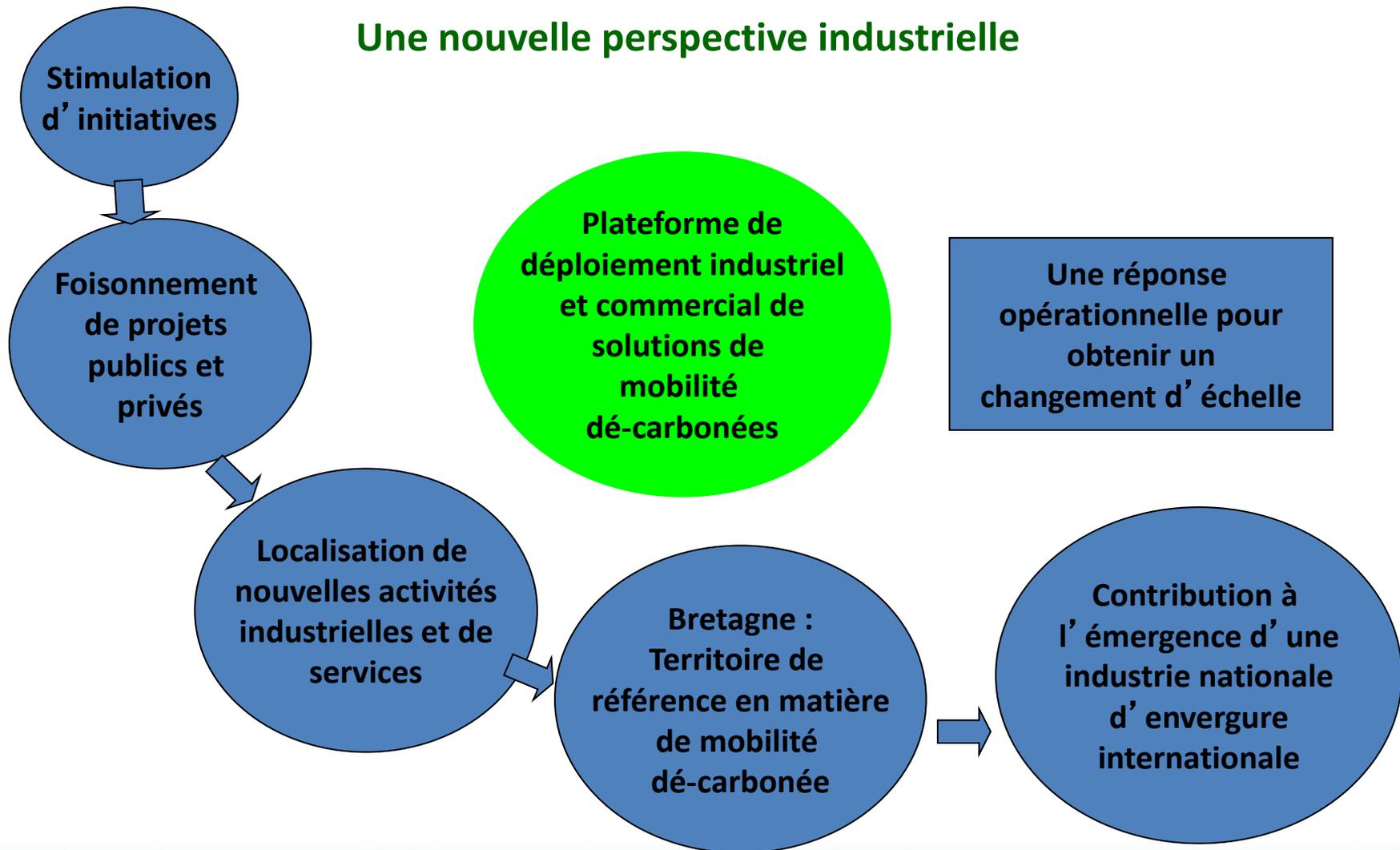
En 2012 :

- 5 600 employés sur le site
- Production de 120 000 véhicules

) **Les principaux acteurs du Plan VVB :**

La Région Bretagne et son Agence de Développement Economique, Rennes Métropole, la CCI de Rennes, le CODESPAR, la DIRECCTE Bretagne, Cybel, l'Institut Maupertuis, ID4Car, Créativ, etc.

Une nouvelle perspective industrielle



(Le plan « véhicule vert Bretagne »



2 objectifs interdépendants :



Localiser de la **valeur ajoutée** en Bretagne sur le **marché** de la mobilité décarbonée

Faire de la Bretagne un **territoire de référence** en termes de mobilité décarbonée

Mis en œuvre à travers 2 volets :

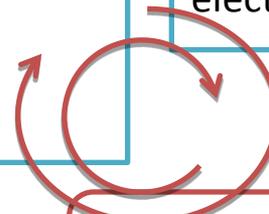
Développement économique :

Contribuer à faire émerger une filière industrielle et entrepreneuriale à partir de :

- projets entrepreneuriaux
- projets collaboratifs de R&D

Mobilité :

En synergie avec la politique de déplacement et le « pacte électrique breton »



... à l'interface : des expérimentations

) L'ethnométhodologie

Objectif : étudier la façon dont les participants à une activité lui confèrent son intelligibilité propre, et observer les façons de faire et les représentations sociales qu'ils partagent

Enjeu de recherche : dépasser l'explication par les résultats pour comprendre la dynamique politique, interpersonnelle... sous-tendant le Plan VVB et sa trajectoire

) Grands jalons du projet de recherche :

Rétrospective factuelle du Plan VVB

Entretiens libres à partir de 2 questions :

- Qu'est-ce que le Plan Véhicule Vert Bretagne ?
- Pouvez-vous en raconter l'histoire, de sa genèse à aujourd'hui [*entre Mai et Juillet 2012*], et ses perspectives pour les années à venir ?

Analyse des « récits » pour mettre en exergue :

- La construction du « sens » par les participants
- Les points de vues convergents et divergents, les « histoires »
- Traitement de la question de la transition

) 3 grandes étapes de 2005 à aujourd'hui :

2005 à 2008 : la genèse du Plan, premières interrogations des pouvoirs publics sur le devenir du site de PSA et l'industrie automobile en Bretagne et dans le monde

2008 à 2010 : le Plan VVB, vers une transition de rupture pour le territoire, plus ou moins partagée

2010 à aujourd'hui, et après :

- chacun retourne à ses affaires...
- 3 projets bretons sont retenus par l'Ademe & les Investissements d'Avenir

(Extraits significatifs de l'étude (1/2)



	Exemples de FAITS	Exemples de RECITS	Observations & premières analyses
2007	<ul style="list-style-type: none"> - Publication de l'étude prospective du CODESPAR sur le devenir de l'industrie automobile en Bretagne 	<ul style="list-style-type: none"> - On ose pour la première fois voir la réalité en face : « mutation structurelle de l'industrie » - Engagement de réflexions car présence du constructeur - Jouer collectif 	<ul style="list-style-type: none"> - Contradictions quant à la collaboration avec le constructeur : - Quête du renforcement de son ancrage en soutenant sa stratégie vs - Quête d'une stratégie territoriale autonome s'imposant éventuellement à PSA
2008	<ul style="list-style-type: none"> - Formulation du Plan VVB et nomination de l'AEB pour le piloter - Renforcement de l'étude du CODESPAR avec l'étude nationale du PIPAME - Cybel : séminaires sur le véhicule décarboné en groupe restreint 	<ul style="list-style-type: none"> - PSA accuse l'AEB d'ingérence - Pourquoi ne pas produire la BB1 à Rennes ? « Moment de grâce » avec les équipes de PSA à Paris - Manque d'un leader charismatique pour porter le projet VVB plus loin 	<ul style="list-style-type: none"> - Le chargé de mission AEB est recruté chez PSA - Les contradictions quant au rapport de VVB à PSA éclatent : élus et responsables de VVB hésitent à aller vers le véhicule électrique & décarboné dès lors que le constructeur n'en fait pas sa priorité

(Extraits significatifs de l' étude (2/2)



	Exemples de FAITS	Exemples de RECITS	Observations & premières analyses
2010	<p>-Conférence le 1^{er} Juillet à Rennes Métropole réunissant plus de 250 participants sur : « La Bretagne, un nouveau standard de mobilité »</p> <p>-Formulation des chaînes d'activités et de compétences « véhicule électrique de 2nde génération » et « mobilité décarbonée »</p>	<p>-Conférence non évoquée dans les entretiens</p> <p>-Le désengagement de PSA amène à un Plan VVB « petit bras »... Pour d'autres acteurs, il n'y a aucune différence du point de vue opérationnel : accompagnement de projets R&D, « d'usages » et de diversification pour quelques entreprises</p>	<p>- Description de « l'état » idéal du monde à atteindre porté par quelques uns qui pensent que c'est la condition sine qua non pour maintenir les emplois industriels mais est perçu comme trop éloigné des inquiétudes terrain (licenciements massifs)</p>
2012	<p>-La Région dégage une enveloppe d'aide de 15 millions d'€ pour des projets d'expérimentation. - Achats de C Zéro à PSA</p>	<p>-« On a tracé un cadre et on essaie de convaincre les autres de monter dans le bateau... mais on rame terriblement ! »</p> <p>-BMA doit vite « reboucler » avec le constructeur</p>	<p>-Les acteurs produisent des projets dans des périmètres qui leur sont propres</p>

(Le Plan VVB : un problème de transition ?



) Mutation // Transition ?

Des résultats obtenus mitigés interprétables dans notre cadre comme exemplaires des lacunes des démarches normatives juxtaposant état présent du monde et état futur souhaitable ou nécessaire pour appeler à la mutation de l' un vers l' autre sans penser les transitions

Les signes en ce sens

- Un manque de résultats concrets transitoires jalonnant le Plan VVB (très faible engagement de PSA Monde dans la production de véhicules électriques...)
- Un manque de solutions de continuité (questionnement de la montée en puissance d' une industrie de la mobilité...)
- Une dissociation Constructeur / Territoire n' ayant pas de sens du point de vue industriel

(Comment un territoire s'inscrit dans une transition ?



) Quelles sont les transitions en œuvre dans des territoires

- où les constructeurs sont absents (ex. du Poitou-Charente) ?
- où le constructeur s'est engagé dans les véhicules électriques (ex. de Renault à Rouen) ?

) Bretagne Mobilité Augmentée, projet développé depuis 2010 par certains acteurs sortants de VVB et retenu par l'Ademe dans le cadre des Investissements d'Avenir, s'attache à traiter des transitions et non plus des mutations, grâce à une méthodologie d'analyse des activités génératrices de déplacements.

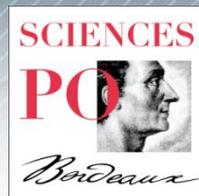
Quels en seront les résultats ?

Comment renouer avec le constructeur, maillon principal de la chaîne d'activité Mobilité ?



Programme de recherche prospectif:
Transition(s) vers une économie écologique?
TEE

Anciens et nouveaux services automobiles



Sous-projet: Anciens et nouveaux services automobiles



) Idées sous-jacentes

Les débats sur « l'électromobilité » et les nouvelles mobilités sont une « figure locale » d'une posture générale qui consiste à s'abstraire de l'existant pour imaginer plus à son aise la mutation réputée nécessaire.

Dans la figure automobile, les acteurs « gênants » sont tantôt ignorés, tantôt considérés comme moribonds, et l'analyse met d'emblée en place intellectuellement, loin d'eux, de nouveaux services portés par des acteurs nouveaux dans ce champ.

La transition est posée comme temps nécessaire à la substitution plus ou moins rapide des anciens services par les nouveaux et des anciens acteurs par les nouveaux.

Nous proposons une alternative analytique et prétendons qu'en la développant nous pouvons rendre pensable et possible une alternative normative, c'est à dire un corps de propositions d'actions et d'expérimentations distinct de celui qui se développent sous l'empire de la première approche.



) L' éloquent précédent des années 90 : l' électronisation des véhicules

La frange « éclairée » du monde de la distribution et des services automobiles annonce la mort des « petits garages » réputés incapables de faire face aux exigences de formation et d' outillage qu' impliquait la mutation technologique

Les acteurs modernes adossés aux constructeurs et/ou à la grande distribution sont assurés d' un accaparement progressif de marchés de l' après-vente que feraient régresser l' élévation de la qualité et de la fiabilité des véhicules.

= ERREUR PROSPECTIVE PATENTE

- D' un point de vue historique et statistique
 - c' est l' inverse qui s' est passé
 - le marché n' a pas régressé mais cru
 - les seuls dont les parts de marché ont progressé sont ceux que l' on promettait à la mort.
- D' un point de vue normatif
 - les politiques de formation ont du mal à intégrer des pratiques réelles qui ne sont pas issus des process - constructeurs.



Une erreur prospective fondée sur une double méconnaissance

1) Des « clients » et de leurs attentes

- » Les clients ont fait vieillir leurs véhicules et ont conféré aux véhicules moins exigeants une part dans le parc circulant très supérieure à celle qu' escomptaient les acteurs dominants.

2) Des véhicules et de leurs besoins et/ou des professionnels et de leurs compétences.

- » Même récents, les véhicules réputées impossibles à réparer par les réseaux traditionnels se sont révélés susceptibles d' être pris en charge par les petits garages moyennant une série d' ajustements techniques et opérationnels.



Hypothèses du sous-projet



- 1) On fait l'hypothèse que les questions de nouvelles mobilités ont toutes les chances d'être traitées avec les mêmes biais que l'éloquent précédent.

- 2) On en déduit que les compétences réelles et potentielles des acteurs traditionnels pour développer leurs alternatives méritent examen et ce travail peut être susceptible d'infléchir les pratiques normatives ou politiques publiques dans un sens qui favorise les TEE et leur donnent un contenu plus inclusif.

- 3) On fait du secteur de la réparation et des services une partition en 4 sous ensembles
 - 2 « modernes » et stagnants: les réseaux de marque et la réparation rapide
 - 2 « réputés archaïques » en croissance : les agents et MRA et les « 0 salariés »

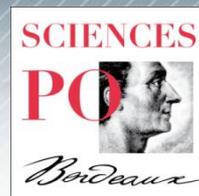
- 4) On étudie les deux derniers pour saisir comment la double face du rapport salarial s'y présente et peut ou non permettre les greffes souhaitables de l'EE et des nouvelles mobilités.



Programme de recherche prospectif:
Transition(s) vers une économie écologique?
TEE

Jocelyn Gombault, Chef de projet à l' Observatoire de l' ANFA

Les entreprises sans salariés du Commerce et Réparation Automobile.



-) Dans le commerce et la réparation automobile, les vitrines (concessions, filiales, centres auto, chaînes de réparation rapide) masquent une forme d'économie moins visible.
-) Si cette économie peut être considérée comme une survivance qui reste - voire est de plus en plus - marginale, on peut se permettre d'ignorer ces pratiques déviantes de vente, d'entretien et de réparation automobile.
-) On ne peut plus l'ignorer si - comme c'est le cas aujourd'hui des entreprises sans salariés - elles représentent :
 - 44% des entreprises du secteur du commerce et de la réparation automobile en 2009 (INSEE SIRENE 2009).
 - 10% des actifs. (INSEE SIRENE 2009, UNEDIC 2009)
 - l'essentiel de la création d'entreprise du CRA en France
-) Et que corrélativement la « vitrine » perd de l'emploi sans discontinuer depuis 2002
 - 34 000 emplois perdus dans le commerce automobile de 2002 à 2010 -Unedic



Cependant, leur poids économique semble faible . Au regard des enquêtes annuelles d'entreprises de l' INSEE 2006 projetée sur 2009, elles ne représentent sans doute pas plus de 2,2% du CA du secteur et de 3,4% de la valeur ajoutée du secteur.

(Une étude sur les entreprises sans salariés permet :



) 1/ de tenter de cerner comment se lient pour elles les deux faces du rapport salarial :

- A-t-on là une planche de salut pour les exclus du salariat « normal » et/ou de la création d'entreprises aptes à accéder aux technologies, formations et réglementations en vigueur ?
- Est-ce permis par - et favorisé-ce - le développement d'un mode de consommation de services automobile spécifique aux consommateurs que leur consentement à payer exclut des circuits traditionnels ?

) 2/ de situer ces entreprises par rapport à une transition écologique :

- Sont-elles vouées à se positionner en opposition à ses exigences ?
- Peuvent-elles êtres « pro-actives » et contribuer à rendre la TEE plus « inclusive » en la dotant de formes adéquates ?

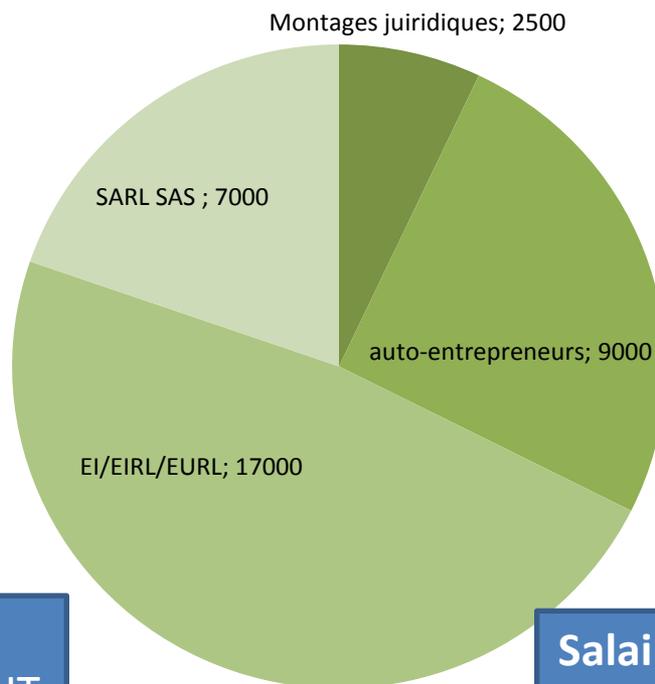
Moyen utilisé

-) Interrogation de l'exhaustivité des zéros salariés sur 7 départements (Ain, Aisne, Aude, Deux-Sèvres, Essonne, Jura, Seine Maritime) par enquête téléphonique (taux de réponse/ base : 27%)
-) Interrogation basée sur l'identité de l'entreprise, la situation personnelle du dirigeant, la clientèle, les activités de l'entreprise

Connaître les zéros salariés pour évaluer leur capacité à accepter une transition.



Répartition des 35 500 entreprises sans salariés du CRA (base INSEE 2009)



Chiffres d'affaires médians

Auto-entrepreneurs : 48 500 € HT
EIRL, EI, EURL : 100 000€ HT
SARL SAS : 150 000€ HT

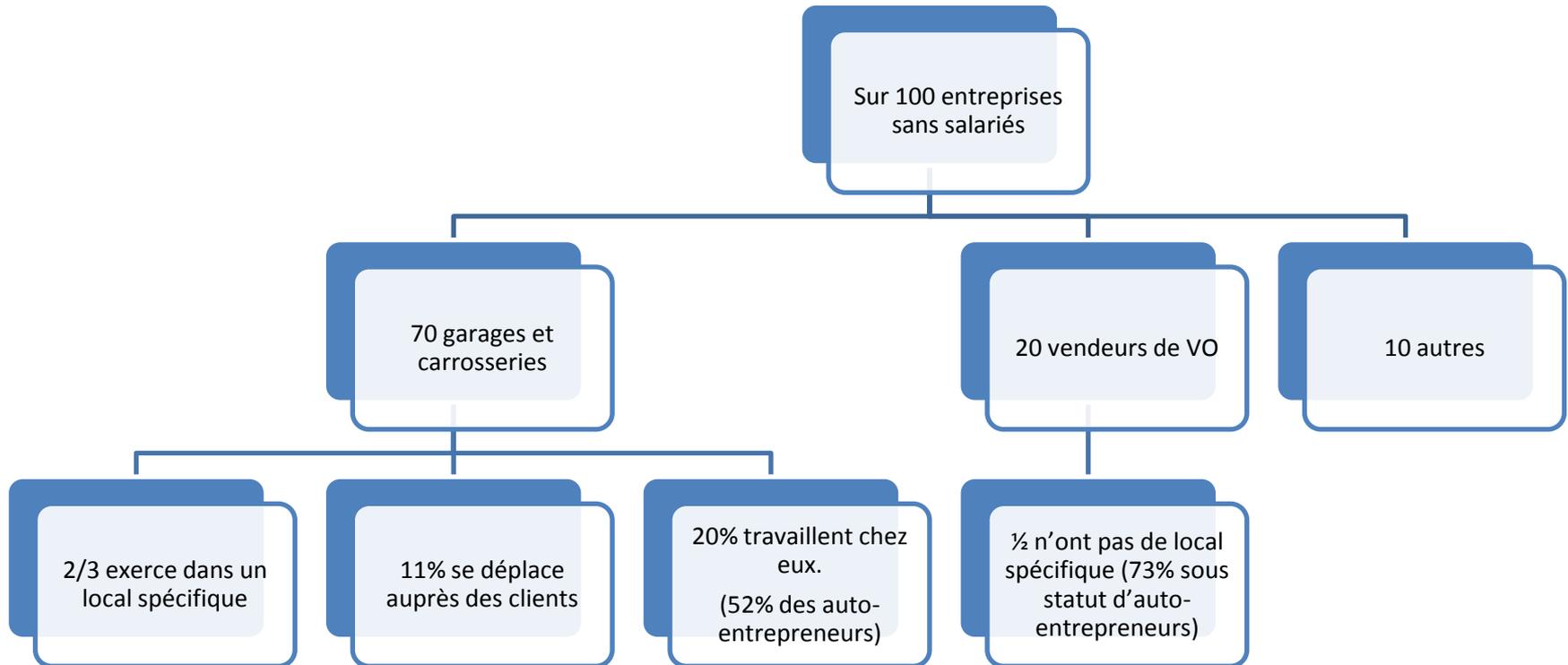
Salaire médian versé le mois dernier

Auto-entrepreneurs : 200€
EIRL, EI, EURL : 1 000€
SARL SAS : 1 000€

Connaître les zéros salariés pour évaluer leur capacité à accepter une transition.



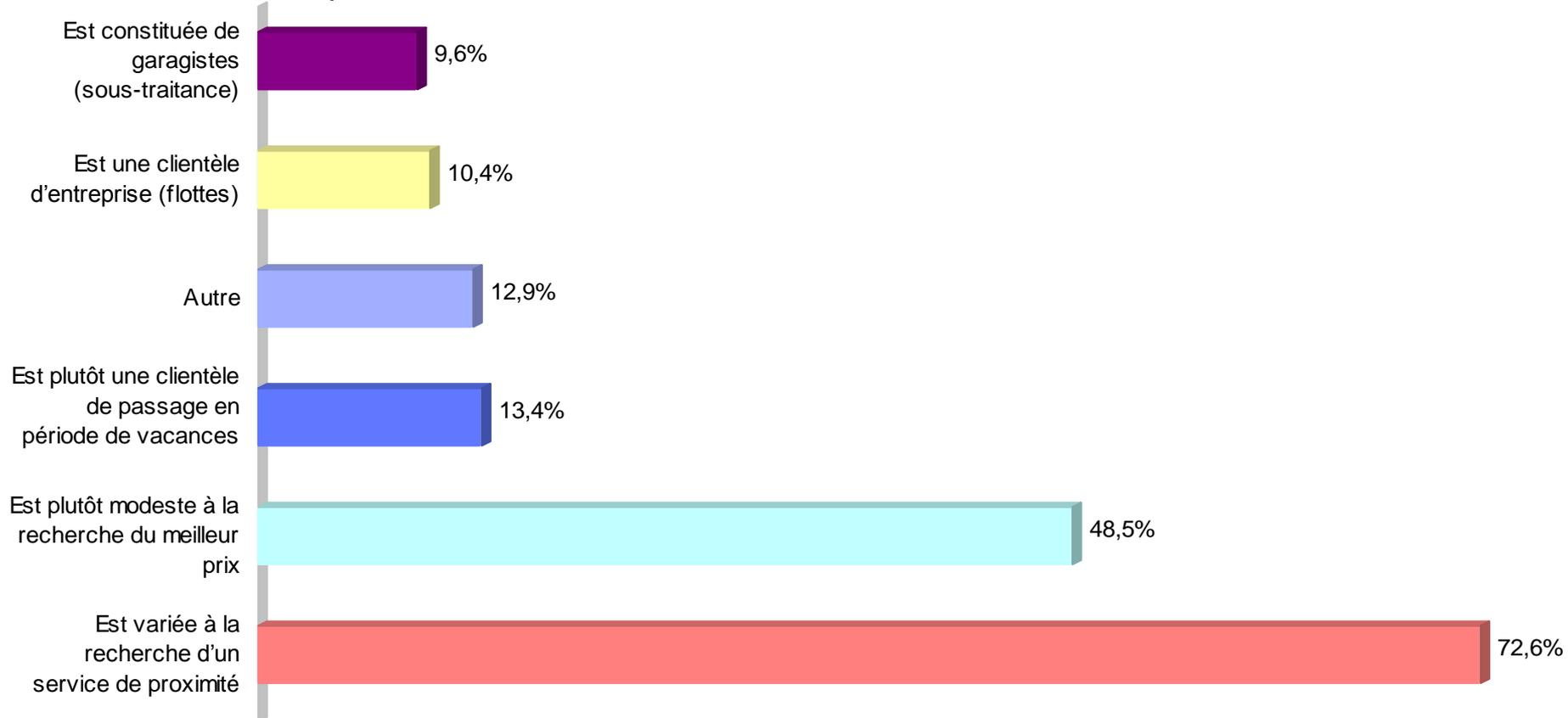
L'exemple du lieu d'exercices de l'activité



Etudier un mode de consommation des exclus des circuits traditionnels.



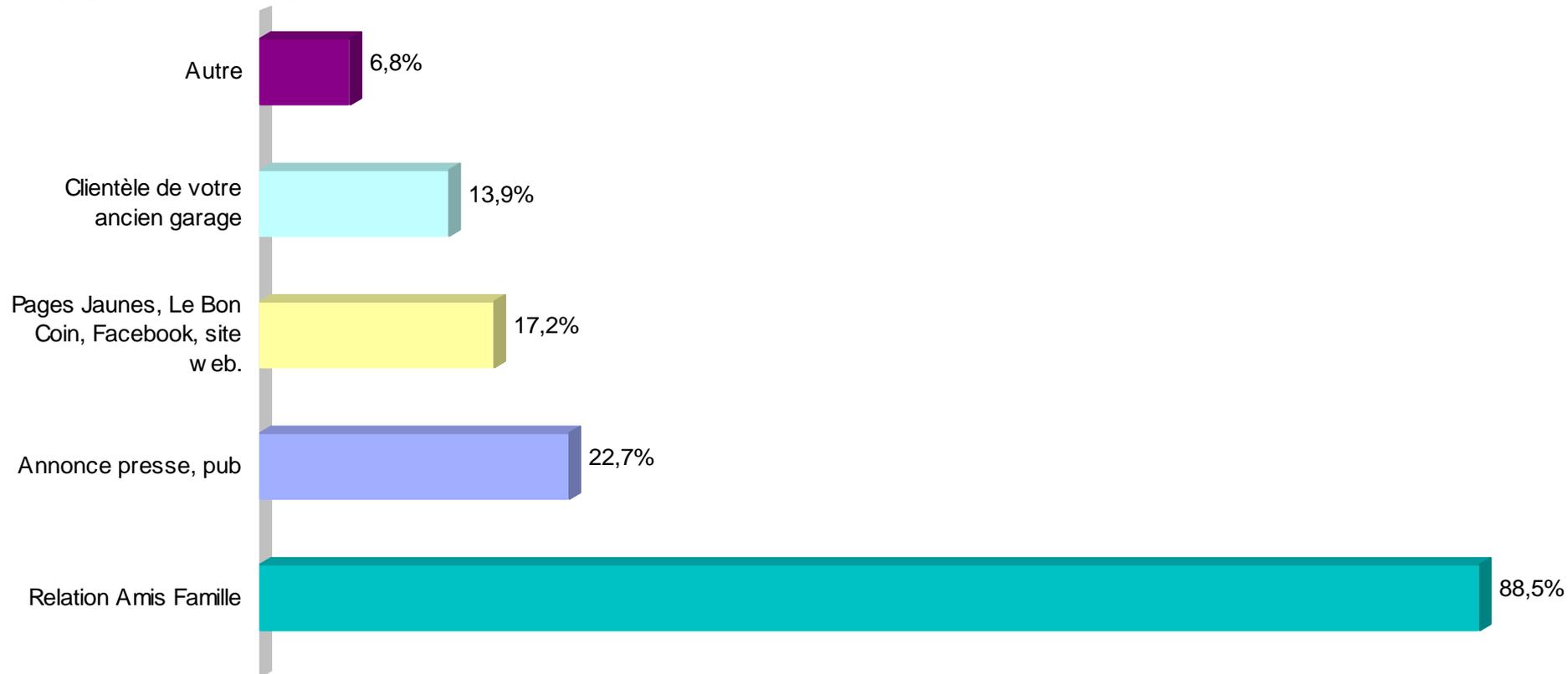
Q21 Votre clientèle est plutôt :



Etudier un mode de consommation des exclus des circuits traditionnels.



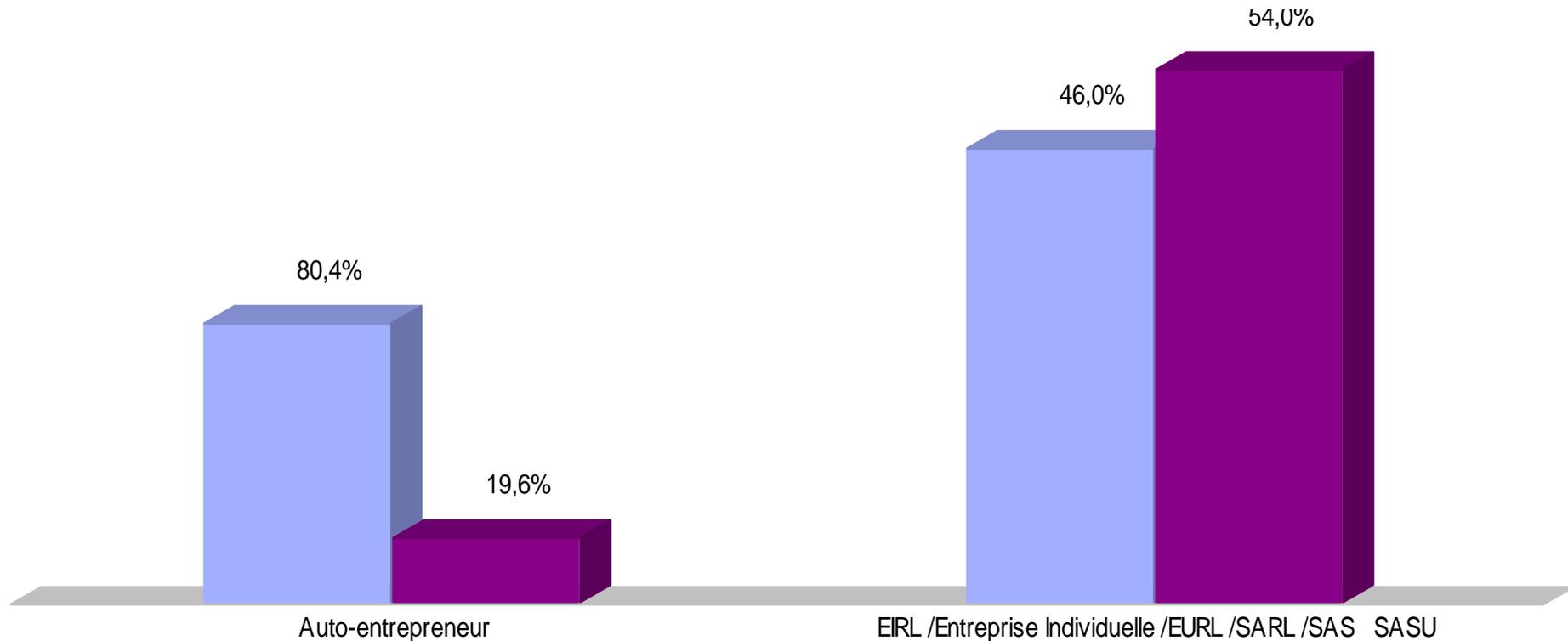
Q20 Constituion de clientèle



Etudier un mode de consommation des exclus des circuits traditionnels.



Est-ce qu' il vous arrivent de permettre à vos clients dont le véhicule est immobilisé de se déplacer ?



La typologie des entreprises sans salariés se clarifie



Les garages auto-entrepreneurs. (15%)

Beaucoup travaillent chez eux.

Leurs activités sont concentrées dans l'entretien.

Ils sont isolés : Sans rapports avec les autres garages.

Ils sont plus urbains que la moyenne.

Ils ne proposent pas de véhicules de prêts.

¼ d'entre eux travaillent dans une autre entreprise

Les vendeurs de VO (20%)

Beaucoup travaillent chez eux, pas de diplôme et pas d'expérience dans l'automobile.

C'est la catégorie qui a les salaires les plus élevés.

Ils n'ont pas de relation avec les autres services de l'automobile

Les « camionnettes » (8%)

Ils ont déjà une approche de transition écologique en limitant le déplacement des clients.

Leur activité est concentrée sur l'entretien ou le débosselage sans peinture.

Les garages de proximité (45%)

Statuts d'entreprises individuelle, d'EURL d'EURL ou de SARL.

63% en monde rural de moins de 5000 habitants. Il représentent une partie du maillage territorial des garages.

Ils savent traiter des technologies modernes car ils sont en réseau avec les autres garages.

½ proposent des véhicules de courtoisie.

Ils ont plus de 40 ans en moyenne et une expérience conséquente de l'entretien réparation (diplôme CAP majoritaire)

(Conclusion provisoire.



) Sur la première face du rapport salarial :

Les premiers résultats montrent nettement qu'une partie des 0 salariés, sans diplômes ni expérience automobile, sans local ni outillage correspond à une forme d'intégration des exclus de l'emploi salarié.

Cette part semble difficilement intégrables dans des dispositifs de mobilité.

Mais, au moins la moitié des entreprises sans salarié pourraient structurellement être des relais de formes de mobilités alternées, car elle est assez bien intégrée dans le système du CRA traditionnel (voir Emmanuelle)

) Sur la seconde face du rapport salarial :

Les populations et notamment les populations rurales dont l'impératif de déplacement est crucial qui s'adressent à ces entreprises nourrissent avec ces entreprises et leurs acteurs une forte proximité géographique, financière et sociale.

Elles utilisent d'ores et déjà ces entreprises comme des « relais de mobilité » soit parce qu'ils se déplacent soit parce qu'ils permettent la continuité de la mobilité.

) => l'intégration des 0 salariés dans les réflexions et dispositifs conçus pour favoriser les « nouvelles mobilités » est

Hautement souhaitable

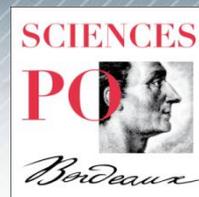
Pas aussi inenvisageable que l'on pouvait l'imaginer a priori



Programme de recherche prospectif:
Transition(s) vers une économie écologique?
TEE

Bernard Jullien, GERPISA
Emmanuelle Dutertre, Chaire Distribution et Services automobiles
ESSCA, Ecole de Management

MRA et Agents face aux nouvelles mobilités



1) Les logiques professionnelles existantes

- Réseau informel et coopération
- Rôle de prescripteur
- Relation salariale protégée

2) La capacité de ces professionnels à muter

Réalisation de 18 entretiens

- 3 agents AD
- 12 agents de marque RA 2 (Citroën, Renault, Peugeot)
- 3 Mécaniciens Réparateur Automobile

(Les logiques professionnelles existantes (1)



1. Réseau professionnel qui repose sur des conventions de coopération qui structurent leurs différentes activités. Ces conventions permettent en situation d'incertitude de répondre aux besoins du clients (diagnostic, dépannage):

« Quand nous on a un problème dans les véhicules Renault, on va chez Renault. Après, il faut aussi avoir sa petite toile d'araignée de connaissances pour pouvoir répondre à toute la demande. C'est complètement transparent. On s'occupe de tout ici. Même si nous, on demande des renseignements techniques à d'autres collègues, c'est quand même nous qui gérons ici. On ne peut pas rester en autarcie, seule. Ce n'est pas possible, on n'a pas tous l'outillage, on n'a pas toute la technicité... une personne qui est formée mais qui fait des schémas électriques, il faut des choses un peu plus pointus donc on appelle nos collègues ». (MRA Eurorepar)

« Un de mes clients qui tombe en panne, dans le Bugeois, je me déplace pas. Je demande à mon collègue de Baugé, j'appelle je lui dis « Voilà, j'ai un client, va voir ce que c'est ». Souvent ça s'arrange comme ça. Bien sûr, on fait de la réciprocité ». (Agent Peugeot)

=> Convention d'effort qui repose sur le collectif mobilisé et dont l'objectif est de maintenir la qualité du service rendu

(Les logiques professionnelles existantes (2)



) Réseau ainsi mobilisé permet également de s'adapter aux besoins du client et de personnaliser le service:

« J'ai un collègue qui recherche les véhicules pour moi parce que j'ai pas le temps de tout faire. Voilà, c'est un peu le rabatteur en fait ». (Agent Opel)

« Les voitures que je fais venir d'Allemagne, je les commande spécialement pour un client, effectivement. Là, j'en ai un qui est venu la semaine dernière, donc il m'a appelé il veut une A4, il m'a tout donné le descriptif de ce qu'il veut, hop, telle couleur, les radars, les xénons, et avec ça, j'appelle mes interlocuteurs, je dis faut que tu me trouves ça ». (MRA)

(Les logiques professionnelles existantes (3)



-) Ces conventions reposent sur l'appartenance à un même monde: référence à la technicité gage de qualité, versus compétences commerciales des centres auto peu soucieux du client:

« On ne court pas après un chiffre nous, on est pas du genre à mettre au maximum, on n'est pas des centres autos par exemple » (Agent Citroën)

« Il y en a un (...) il a fait des entretiens sur une voiture et puis il devait y avoir un voyant qui s'allume par exemple. (...). Il a dit : « vous allez chez Opel, vous leur demandez ce qu'il y a et puis vous revenez me voir. » (...) Alors j'ai dit au petit gars : « je veux bien qu'on le fasse mais si on vous le fait, c'est nous qui réparons ou alors vous demanderez à Feu Vert ce qu'il y a, il me fait un bon de commande, mais il paye. » Et non quand même, faut pas exagérer (...) Parce que bon, je vais dire c'est des gens qui font de l'automobile comme nous mais la différence, on a une approche technique, nous de nos produits automobiles et eux c'est une approche commerciale. Nous, quelque part, c'est même certainement on est trop techniciens. Mais eux, ils seraient peut-être un peu trop commercial ». (Agent Opel)

(Les logiques professionnelles existantes (4)



2- Correspondance entre les caractéristiques sociales de l'acheteur et celles de l'entrepreneur qui oriente le choix du client et les conduit à jouer un véritable rôle de prescripteur auprès des clients (homologie):

Moi je leur dis à mes clients. Je leur dis « attendez, moi je suis consommateur tous les jours, tous les jours je suis consommateur, et je suis là, je connais pas tout, je sais pas tout. Moi si je vous dis ça, c'est parce que si c'était moi, si c'était ma voiture, c'est comme ça que je ferais ». (MRA)

« J'ai un rôle de conseil en bon père de famille comme je vous le disais, donc je me mets à la place du client et je fais les comptes quoi ». (Agent Peugeot)

« Quand on vend, enfin on alerte un petit peu, on alerte parce que... On dit « attention c'est peut-être pas le budget qui... » Quand on connaît pas bien les gens c'est peut-être pas le budget qu'il vous faut, attention les pneumatiques. Je vois quand on a un monospace avec des pneus en 17 ou autre »...(Agent Peugeot)

(Les logiques professionnelles existantes (5)



-) Dans la relation qui lie le client au professionnel, l'intérêt du client ne se résume pas au seul intérêt économique. La force du lien qui le lie à son garagiste, en qui il a confiance, fait qu'il lui reste fidèle:

« Mais vous savez après quand il reste allez 10, 15 euros par pneumatique d'écart, les gens ils vont chez vous quand même. Parce que ce qu'est désagréable pour un client c'est de re-ramener sa voiture. C'est compliqué de laisser sa voiture même si nous on prête des voitures, gratuitement aux gens. C'est compliqué pour la personne. Il faut qu'il parte un peu plus tôt, qu'il la dépose. C'est une perte de temps tout ça ». (Agent Peugeot)

« Alors moi je pars du principe que si par exemple Feu Vert fait un pneu à 100 euros, moi je vais pas me mettre à 95 euros, c'est pas pour ça que je le vendrais. Dans l'optique de nos clients si je le vends 110 c'est, ils vont trouver que c'est honnête que je le vende 10 euros de plus ou 15 euros de plus ». (Agent Opel)

« Quand il achète une voiture, alors soit c'est la personne du secteur qui nous connaît il achète une voiture, c'est une Batard qu'elle soit Peugeot, Renault...Il nous fait confiance dans notre vision ». (Agent Peugeot)

« Avec la nouvelle clientèle, les gens qui viennent là ils viennent pour Peugeot davantage mais l'ancienne partie, celle que j'ai hérité de mon père, c'est de la clientèle Cordier plus que de la clientèle Peugeot ». (Agent Peugeot)

(Les logiques professionnelles existantes (6)



) Relation qui débouche sur des conventions de qualité: compromis entre ce qui est acceptable pour le consommateur et l'entreprise:

*« On a une clientèle, on travaille vraiment en grande confiance. On travaille vraiment en grande confiance. Nous, aucune pièce n'est changée au garage sans l'accord du client donc on passe notre temps à appeler, à prévenir, à conseiller, à dire « ça c'est important, ça c'est pas important », « ça, ça peut attendre, ça, ça peut pas attendre », « si ça casse il y a tel conséquence et ça coûte tant ». Le soir quand les gens viennent chercher leur voiture, ils ont au centime près ce que ça leur a coûté et ils nous ont donné leur aval avant ».
(Agent Peugeot)*

« Quand on vend, enfin on alerte un petit peu (...). On dit « attention c'est peut-être pas le budget qui... » Quand on connaît pas bien les gens c'est peut-être pas le budget qu'il vous faut, attention les pneumatiques. Je vois quand on a un monospace avec des pneus en 17 pouces ou autre »... (Agent Peugeot)

(Les logiques professionnelles existantes (7)



3- Environnement salarial protégé....

« Là je touche du bois parce que j'ai une équipe super en ce moment et je voudrais surtout pas que ça bouge et c'est vrai qu'ils sont là depuis un petit moment-là. Le dernier embauché c'était une création de poste, c'était celui qui fait le VO, donc lui il est là depuis un an peut-être. Mais sinon tous les autres sont là depuis une dizaine d'années. Peut-être pas une dizaine, non Mickael un peu moins, peut-être cinq, six ans mais sinon il y en a un ça doit faire quinze ans et les autres une dizaine d'années ». (Agent Peugeot)

« Depuis 68, on doit être rendu à 130 apprentis. Le chef d'atelier qui a aujourd'hui 56 ans est rentré en CAP chez nous, donc après il a continué ses formations en interne.(...) Celui de Renazé est rentré en Bac Pro chez nous et il a fait après l'Ecole Peugeot, MDA Peugeot directement. Mais on essaye de garder, quand on peut, ceux qu'on prend. » (Agent Peugeot)

....qui participe de la consolidation du rapport marchand :

« Mais je dirais Bertrand mon ancien, (...) les clients que j'ai connus quand je me suis installé, il les connaît. C'est à dire qu'il y a des gens qui viennent aussi parce qu'il est là... » (Agent Opel)

« Je vois au service rapide, il y a un gars qui est là depuis 10 ans, c'est tout le temps lui. Quand il est en vacances c'est un autre de l'atelier qui le remplace et les gens sont habitués. Ils viennent, à la limite ils viennent là, ils veulent voir Mickael. (...) Ils voient ça directement avec lui ». (Agent Peugeot)

(La capacité à muter des professionnels (1)



1-Un monde professionnel qui a su faire preuve d'une capacité d'adaptation permanente depuis le début de son histoire (technologie des véhicules, réglementation, apparition de nouveaux concurrents...) en s'appuyant sur ces réseaux informels et aussi par l'adjonction de nouvelles activités:

« J'ai connu moi avec les Jupette et les Balladurette (...) C'était un plan d'action mis en place par Balladur et Jupé qui aidait les constructeurs à vendre des voitures et c'est pour ça que ça date d'une petite quinzaine d'années. J'ai investi donc dans le GPL car j'ai tout de suite compris qu'il nous fallait un autre secteur d'activité » (Agent AD)

(Suite à la crise de 2008) « Donc moi, dans ces moments-là j'ai un instinct de survie qui ressort et j'ai été démarcher. J'ai été répondre à des appels d'offre et tout ça, j'ai remporté des appels d'offre. Donc j'ai des marchés publics qui me font beaucoup travailler et qui m'ont aidé ». (Agent Peugeot)

... ou des services de mobilité

(La capacité à muter des professionnels (2)



2- L'affiliation à un réseau permet à la fois d'expliquer leur adaptabilité (répondre rapidement aux clients en mobilisant ce réseau) et de l'envisager comme un support dans le déploiement de nouvelles activités liées à la mobilité.

Hypothèse: Dans le cadre des nouvelles formes de mobilité, cette forme de coopération représenterait un support essentiel. La coopération qui importe n'est pas celle qu'apporte les « enseignes » pour discipliner les pratiques, mais celle que le réseau informel permet.

3- Capacité de prescription de comportement auprès des clients=> acteur relais essentiel dans l'acceptation de nouveaux comportements de consommation et nécessité de les inclure:

« J'ai pour l'instant deux véhicules que je loue à l'année. Des neufs places. Pour les collectivités, des gens qui veulent partir au ski en famille, donc comme j'en avais un premier, comme il y avait de la demande, j'ai racheté un deuxième » (Agent Peugeot)

C'est le même professionnel qui faisait du conseil aux acheteurs pour qu'ils acquièrent des véhicules qu'ils puissent réparer - formes « mild » de dissociation propriété-usage et d'auto-partage

⇒ Construction de solutions de mobilité « appropriables » par les clientèles qui en ont le plus besoin

⇒ Nécessité cependant de les accompagner dans cette transition.