



NISSAN LANCE UNE SOLUTION D'AUTO PARTAGE CLÉ EN MAINS POUR LES ENTREPRISES

Avec 2.2 millions d'utilisateurs de solutions d'auto partage en Europe et 14 millions prévus d'ici 2020*, cette nouvelle solution de mobilité séduit de plus en plus de consommateurs. Pour répondre à ces besoins, Nissan lance aujourd'hui une offre d'auto partage B2B clé en mains.

L'auto partage, un nouveau mode de consommation

Avec des modes de consommation qui évoluent, l'arrivée des nouvelles technologies ou encore une demande de plus en plus forte pour des solutions flexibles et autonomes, les entreprises se doivent d'innover. Le secteur de la mobilité est clairement impacté par ces changements et les entreprises du secteur se doivent de suivre la tendance.

*« De plus en plus de trafic, des villes en constante croissance et une conscience écologique grandissante avec l'arrivée des véhicules électriques sur le marché ; tous ces facteurs poussent les acteurs automobiles à proposer de nouvelles offres de transport. L'arrivée du **Nissan Car Sharing** va permettre aux entreprises de proposer à leurs salariés une offre de transport innovante, simple et économique, qui facilitera leurs déplacements quotidiens », commente Paolo Colurcio, Directeur du projet Nissan Car Sharing.*

L'offre Nissan Car Sharing : une offre flexible, connectée et innovante

L'offre **Nissan Car Sharing** est destinée aux entreprises qui souhaitent mettre à la disposition de leurs salariés une flotte de véhicules, aussi bien pour leurs usages personnels que professionnels. Cette offre, flexible, se construit au cas par cas et s'adapte aux besoins de chaque entreprise. Le client choisit le nombre et le type de véhicules dont il a besoin. Il dispose également des services associés tels que l'assurance des véhicules, les infrastructures nécessaires ainsi que l'entretien.

Tout comme les véhicules Nissan, l'offre **Nissan Car Sharing** est également connectée et accessible. Système de réservation en ligne, hotline disponible 24h/24 et 7j/7, application smartphone, les utilisateurs sont libres de réserver leur véhicules où qu'ils soient et quand ils le souhaitent.

Concernant les coûts, ils sont également plus avantageux comparés aux autres alternatives tels que la location de voiture ou le taxi.

Paolo Colurcio ajoute, *« notre offre, adaptable, se construit avec le client en fonction de ses besoins. Nombre de véhicules, assistance dédiée, services numériques, chacun des composants de notre offre est à la carte. Cette flexibilité nous permet de répondre au mieux à chaque entreprise et ainsi de proposer une offre accessible et de qualité à nos clients et leurs salariés. »*

Roland Berger, première entreprise utilisatrice en France

L'offre **Nissan Car Sharing** a été lancée en France il y a quelques mois au sein de plusieurs entreprises. Roland Berger fait partie des clients qui ont mis en place le service auprès de leurs salariés. Sébastien Amichi, associé au sein de la practice automobile du cabinet Roland Berger Strategy Consultants commente ainsi la mise en place du service *« depuis quelques mois nous proposons à nos salariés l'offre **Nissan Car Sharing**. Nous avons choisi de mettre en place cette nouvelle offre de mobilité afin de faciliter les déplacements de nos employés, aussi bien à titre professionnel que personnel. Avec une flotte composée du crossover QASHQAI et de la Nissan LEAF 100% électrique, nos salariés peuvent choisir le véhicule qui correspond à leur utilisation et le réserver facilement, via leur smartphone. Les retours des utilisateurs sont très positifs. Ils apprécient la flexibilité et l'accessibilité du service, ce qui nous amène à envisager d'étendre la flotte de véhicules aujourd'hui à disposition. »*

Paolo Colurcio conclut *« avec les expériences encourageantes de nos premiers clients, nous avons appris et acquis une solide expérience qui nous permet aujourd'hui de proposer une offre de qualité. Nous envisageons donc de rapidement étendre l'offre **Nissan Car Sharing**, en France mais également en Europe. Notre ambition*

est aujourd'hui de développer notre réseau de partenaires, qui nous épaulent dans la mise en place d'une offre personnalisée pour chacun de nos clients, ainsi que le nombre de d'entreprises utilisatrices de notre service. »

* selon des prévisions de Frost & Sullivan d'après une étude menée avec Roland Berger