

L'accès facilité à la mobilité avec le programme MOBILIZ du groupe Renault

Résumé : Le groupe Renault, à travers son programme Mobiliz, propose des solutions innovantes afin de faciliter l'accès et l'entretien d'un véhicule pour les personnes en situation de précarité financière.

AUTEUR(S)

Gilles SERRE
 Chef de Projet Social Business
 gilles.serre @renault.com

Fiche rédigée par :
 Nassim LARFA

PROGRAMME

Démarrage : 2012
Lieu de réalisation : France
Budget : 5000000 €
Origine et spécificités du financement : Social Business

ORGANISME(S)

Entreprise Renault
 1 Avenue du Golf
 78280 Guyancourt
<https://group.renault.com/>
Salariés : N/C
Bénévoles : N/C



COMITE DE LECTURE

Date de lecture de la fiche : jeudi 23 mars 2017

Appréciation(s) du comité : **A généraliser !, Résultats et impacts imprécis**

Solution(s) : **Exclusion et isolement, Mobilité**

Opérateur(s) : Entreprise

Pays : France, Île-de-France

Bénéficiaires : Bottom Of the Pyramid (BOP)

Envergure du programme : Nationale

Domaine(s) : Transports

Fiche collectée dans le cadre du programme RESOLIS « Pauvreté France » (2016)

Copyright: Licence Creative Commons Attribution 3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>)

Pour citer un texte publié par RESOLIS : SERRE, « L'accès facilité à la mobilité avec le programme MOBILIZ du groupe Renault », **Journal RESOLIS** (2017)

ORIGINES ET CONTEXTE DU PROGRAMME

Le groupe Renault fait le constat que l'Etat n'étant plus en mesure d'assurer son rôle de lutte contre la précarité, les entreprises privées ont un rôle décisif à jouer. A partir de 2012, l'entreprise se lance donc dans des dispositifs spécifiques dans une inspiration de social business : Le Programme Renault Mobiliz – Garages Renault Solidaire. Ce programme repose sur l'idée que la possession ou non d'un véhicule dépasse l'aspect pratique, mais est aussi un facteur important d'exclusion sociale et économique.

OBJECTIFS DU PROGRAMME

Faciliter l'accès à un véhicule pour les personnes en situation de précarité financières

ACTIONS MISES EN OEUVRE

Le coût d'utilisation et de possession d'une voiture est évalué à environ 4400€/an. Ce budget est bien évidemment conséquent pour des personnes proches ou en situation de précarité financière.

L'action pour le Programme Mobiliz se construit autour de trois grands axes :

LE RESEAU DES GARAGES SOLIDAIRES

Les garages Renault solidaire se portent volontaires pour aides des publics identifiés par des prescripteurs sociaux. Le public pouvant bénéficier du programme est donc identifié en amont. Les clients du programme Renault MOBILIZ peuvent ainsi profiter des services Renault à des prix inférieurs de 30 à 50% des prix habituels, ainsi que es offres de véhicules à des prix préférentiels.

LA CHAIRE SOCIAL BUSINESS (Entreprise et Pauvreté d'HEC)

Renault parraine également la Chaire Entreprise et Pauvreté d'HEC qui a pour mission d'inventer et de contribuer à une économie plus inclusive. Sa finalité est l'enseignement, la recherche et la co-construction de modèles innovantes de social business avec les entreprises, la société civile afin de lutter contre la pauvreté.

UNE SOCIETE D'INVESTISSEMENT : MOBILIZ INVEST

Le programme Renault Mobiliz a une enveloppe d'investissement de 5 millions d'Euros (en 2013) afin de financer des projets ayant pour finalité un impact social positif, pouvant être mesuré.



RESULTATS ET IMPACTS, QUANTITATIFS ET QUALITATIFS, DES ACTIONS MISES EN OEUVRE

RESEAU DES GARAGES SOLIDAIRES

- Le réseau garages solidaires compte près de 350 garages en 2017 et couvre la plupart des départements.
- 1022 personnes ont bénéficié du programme en 2016

CHAIRE SOCIAL BUSINESS

Mise en commun des problématiques et des solutions trouvées avec d'autres entreprises engagées dans des démarches semblables

ORIGINALITE DU PROGRAMME

- Le Programme Mobiliz est innovant car il est construit au sein d'une entreprise privée qu'est le Groupe Renault.
 - De plus, ce programme est le cheminement d'une longue réflexion entamé à travers l'axe stratégique « Mobilité Durable Pour Tous » s'inscrivant dans une logique de social business.
-

PARTENARIAT(S) DEVELOPPE(S) DANS LE CADRE DU PROGRAMME

L'école de commerce HEC : « Entreprise et pauvreté » permettant à des étudiants de se sensibiliser à la question du social business.

RETOUR D'EXPERIENCE

Difficultés et/ou obstacles rencontrés durant la mise en oeuvre du programme :

- Méfiance très persistante vis-à-vis des entreprises privées œuvrant dans le secteur social. La société civile est très peu sensibilisée au social business.
- Limitation des bénéficiaires par la nécessité de par des prescripteurs sociaux. Ce processus amène aussi à plus de lourdeur administrative.

Solutions adoptées pour répondre aux difficultés et/ou obstacles :

- Meilleure médiatisation du programme
- Site web dédié lancé le 10/04/2017

Améliorations futures possibles :

- Multiplication des garages Renault solidaires pour toucher un public toujours plus large
- Mieux communiquer et faire connaître les social business
- Encourager les entreprises privées à se saisir des enjeux sociaux pour devenir des acteurs à part entière du secteur

Présentation des facteurs de réussite et conseils pour une généralisation ou transposition du programme :

La réussite de ce programme tient sans doute en grande partie sur son caractère innovant. Renault a très vite considéré la mobilité comme un enjeu essentiel à l'insertion sociale. De plus ce programme, construit avec des prescripteurs sociaux, propose un programme personnalisé de suivi de sa clientèle. Néanmoins, la généralisation de ce programme semble passer par d'avantager d'ouverture vers le public, sans doute au détriment des prescripteurs sociaux.