

CORRIGE INDICATIF**COMMENT DÉVELOPPER L'AUTOPARTAGE DANS UNE STRUCTURE COOPÉRATIVE ?****1) Caractériser l'organisation Circulib : métier, finalités, statut juridique, taille, champ d'action, nature du pouvoir dans l'organisation. (2 points)**

Métier : louer des voitures pour une courte durée

Finalités : à la fois sociétales car fournit un service d'intérêt collectif et économiques car la société doit être rentable pour durer

Statut juridique : société coopérative d'intérêt collectif

Taille : TPE très petite entreprise (moins de 10 salariés) : 3 salariés

Champ d'action : ville de Grouville et bientôt communes périphériques

Pouvoir dans l'organisation : 1 associé = 1 voix

2) Présenter l'intérêt que Circulib et Métropole Autopartage peuvent trouver dans leur relation. (2 points)

Ciculib est membre du réseau Autopartage qui signifie qu'il y a un contrat entre Métropole Autopartage et Circulib. Ce partenariat permet :

- l'utilisation du service de réservation par téléphone et Internet (mutualisation du service entre membres du réseau) ;
- la possibilité de réserver une voiture dans n'importe quelle ville en adhérant à une seule des structures membres du réseau (utilisation du même badge).

Métropole Autopartage développe l'étendue de son offre et accroît son activité. De plus cela lui permet de générer un chiffre d'affaires supplémentaire puisque Circulib paye une contribution.

3) Montrer en quoi le service apporté par Circulib présente à la fois des caractéristiques de service public et de service privé. (3 points)

Ciculib propose un service que l'on peut qualifier de « privé » dans la mesure où les adhérents usagers du service payent ce service à un tarif devant permettre à Circulib d'atteindre le seuil de rentabilité. De plus, ce service n'est accessible qu'aux adhérents, qui sont des clients, et non à tous.

Cependant, ce service a d'autres objectifs, notamment la satisfaction de l'intérêt général :

- de permettre la mobilité à ceux qui n'ont pas forcément les moyens d'acheter un véhicule ;
- de limiter l'encombrement dans les villes ;
- de limiter l'impact environnemental de l'automobile.

Ces objectifs font que le service offert revêt certaines caractéristiques des missions de service public. C'est la raison pour laquelle des organisations publiques lui sont venues en aide et en sont partenaires.

4) Définir la notion de partie prenante. Identifier les parties prenantes de Circulib et préciser en quoi elles sont intéressées par son activité. (4 points)

Partie prenante : organisations, groupes ou individus intéressés par l'activité de l'entreprise.

Parties prenantes de Circulib :

- **Métropole Autopartage** : Circulib est un partenaire essentiel puisqu'elle lui permet d'étendre géographiquement les services aux usagers par sa mise en place à Grouville ;
- Les **salariés** : Circulib leur apporte un salaire ; on a vu qu'un problème de revendication salariale se posait à Circulib en raison de la faiblesse des rémunérations ;
- Les **adhérents-usagers** : leur consommation du service vient satisfaire un besoin ; le tarif est en fonction de la qualité de l'utilisateur (tarif étudiant/chômeur) ;
- les **collectivités locales** : l'activité de Circulib peut-être un élément de leur politique de transport, de circulation, de schéma urbain et de leur politique environnementale ; cela occasionne néanmoins un coût en termes de subvention et de mobilisation d'espace pour le stationnement des véhicules de Circulib ;
- les **transports locaux** : si Circulib se développe, les transports locaux pourraient gagner en rapidité par la diminution de la densité de circulation. Cependant, cela peut aussi représenter une concurrence ;
- les **entreprises d'insertion** : de par sa volonté de partage de ses valeurs sociétales, les entreprises d'insertion trouvent des activités leur permettant la réinsertion de travailleurs ;
- certains **établissements publics** (ADEME) : de telles initiatives entrent dans leur objectif général (ex. : diminution de la consommation d'énergie pour l'ADEME) ; la contrepartie est un coût en raison du versement de subventions ;
- les **missions locales** : leur partenariat avec Circulib leur permet de mettre un moyen de transport à la disposition des jeunes travailleurs.

5) Présenter les éléments utiles au diagnostic stratégique de Circulib. (4 points)

Diagnostic interne :

Forces de Circulib :

- Intégration à un réseau : Métropole Autopartage,
- Solution économique,
- Propose une solution de transport moins nocive pour l'environnement que la détention d'un véhicule personnel,
- Soutien des pouvoirs publics locaux,
- Complémentarité avec les transports collectifs ou doux,
- La société de transport en commun de la ville possède 120 parts sociales,
- Répond à un besoin nouveau.

Faiblesses de Circulib :

- Moyens financiers,
- Problèmes de rentabilité,
- Taux d'utilisation des voitures dans certaines stations trop bas,
- Notoriété,
- Salariés mal payés.

Diagnostic externe :Opportunités :

- Préoccupation grandissante des consommateurs pour l'écologie,
- Hausse du coût de détention d'un véhicule,
- Réduction des places de stationnement disponibles dans les villes,
- Service encore peu développé : le marché est à prendre,
- Développement et modernisation du réseau Métropole Autopartage.

Menaces :

- Hausse des prix du carburant,
- Service encore peu habituel,
- Réduction des subventions dans un contexte de crise avec réduction budgétaire.

Possibilité d'autres menaces : réaction des loueurs de voiture, des autres modes de transport, des constructeurs et vendeurs automobile,

6) Identifier, à partir de ce diagnostic, les problèmes qui se posent à l'organisation pour atteindre ses objectifs. (3 points)

À ce jour, Circulib n'a pas les moyens financiers pour atteindre ses objectifs :

- d'augmentation de salaire : il peut s'en suivre une baisse de la motivation des salariés ;
- de développement de l'activité : sans ce développement, l'activité ne pourra pas être rentable ;
- d'optimisation du service.

Elle se trouve également devant un paradoxe à résoudre : devoir probablement augmenter ses prix tout en restant abordable pour des raisons sociétales.

7) Proposer des solutions possibles pour résoudre ces problèmes. (2 points)

- Demander des subventions aux collectivités locales ou à des établissements publics comme l'ADEME,
- augmenter le capital,
- avoir recours aux emprunts bancaires,
- augmenter ses prix,
- faire de la publicité.