

BUSINESS PLAN

Transport de personnes – Services haut de gammes

Table des matières

I. Présentation générale	4
A. L'idée	4
B. L'histoire des VTC	6
II. Etude de marché	7
A. Existence d'un marché	7
1. Un développement rapide et massif des VTC depuis 2009.....	7
2. Le développement de nouvelles technologies et l'émergence de nouveaux acteurs.....	8
B. Les besoins de ce marché	Erreur ! Signet non défini.
C. La clientèle cible	10
D. L'environnement concurrentiel	10
1. Concurrence directe.....	12
2. Concurrence indirecte.....	14
E. Evolution du marché	15
F. SWOT	18
G. PESTEL	20
H. LES 5 FORCES DE PORTER	20
III. Le Service *****	23
A. La Réservation à l'avance	23
B. La Réservation immédiate	24
C. Services supplémentaires proposés	26
1. Service de base.....	26
2. Services complémentaires.....	26
3. Services exceptionnels.....	27
4. Service Lucratif.....	27
D. Avantages d'être Capacitaire	27
1. La différence entre VTC et Capacitaires.....	27
2. Pourquoi les sociétés de VTC déposent le bilan.....	29
IV. Développement - Politique de communication	33
A. Street marketing	33
B. Partenariats	33
C. Médias sociaux	34
D. Relations presses et salons	34
V. Objectifs	35
A. Le prix de vente / la marge	35
B. La Tarification	36
C. Chiffre d'affaires horaire pour une voiture	37
1. Calcul CA horaire que générera une voiture pour de la commande immédiate.....	37
2. Calcul CA horaire que générera une voiture pour de la mise à disposition.....	38
VI. Les ressources	40
A. Le financement et l'exploitation du projet	40
B. Les ressources organisationnelles	44

1. Organisation	44
2. Organigramme.....	44
3. Planning des conducteurs.....	45
4. Créneau des demandes (Ile de France)	46
C. Les ressources humaines	46
VII. Structure juridique	47
VIII. Législation	49
IX. Planning de mise en oeuvre	51
X. ANNEXES	54
• Annexe 1	54
• Annexe 2	56
• Annexe 3	57
• Annexe 4	58

I. Présentation générale

A. L'idée

L'idée d'origine de ***** est d'améliorer le système de transport en proposant aux utilisateurs un service unique. Nous sommes propriétaire d'une licence capacitaire qui nous permet d'exploiter des véhicules de transport de personnes jusqu'à 9 places assises. **Nous voulons proposer aux clients la possibilité d'une réservation immédiate ou en avance de nos véhicules haut de gammes par l'intermédiaire d'applications spécialisées dans le domaine avec une mise à disposition de chauffeurs.**

Notre ambition de monter une flotte de Berline, répond à la forte demande présente et au développement exponentiel du métier de transporteur de personnes. Notre objectif est de devenir une société de transport se différenciant par l'apport de services supplémentaires.

Avant toute chose, nous avons l'avantage d'être **capacitaires et non VTC**, ce qui nous permet de recruter des chauffeurs sans cartes VTC de façon illimitée.

Une société de VTC est réservée au tourisme, un Capacitaire peut faire du tourisme mais également du transport de personnes à mobilité réduite et du transport de marchandises.

Pour rendre les trajets encore plus rentables, nous avons eu l'idée d'intégrer de la publicité interactive grâce à des tablettes encastrées dans les sièges des véhicules. Avec un nombre de véhicules suffisamment importante, cette offre serait susceptible d'intéresser des annonceurs aux budgets de communication limités.

De plus, nous accordons une importance capitale quant au confort de nos clients durant leurs trajets. C'est pourquoi nous mettons à disposition de nombreux services créant de la valeur ajoutée pour subvenir aux différents besoins de nos clients.

Voici un exemple des services mis à disposition à bord du véhicule :

- Mini frigo dans le coffre pour proposer des boissons fraîches
- Eau plate, eau gazeuse, Coca, Orangina etc.
- Clé wifi 4G

- Tablette tactile
- Tablette tactile pour enfant (jeux)
- Cigarette électronique jetable
- Parapluies

Nous avons conscience des enjeux environnementaux de demain, et nous y accordons une grande importance. C'est pour cela que nous allons privilégier des véhicules hybrides, voir totalement électriques. Cela nous apporterait un double avantage, à savoir une réduction de l'émission de CO2 et un gain économique.

Le métier de transporteur privé, bien que très récent, connaît une croissance fulgurante depuis plusieurs mois. La profession rencontre un franc succès auprès de la clientèle BtoB et BtoC en proposant une alternative qualitative aux chauffeurs de taxi traditionnels.

Nous voudrions proposer à nos clients des services tels que les transferts d'aéroports, des mises à disposition et également de la commande directe.

Notre avantage principal sera la disponibilité 24h/24 avec la mise à disposition de 2 à 3 chauffeurs par voiture (aucun temps mort), un certain niveau linguistique de nos chauffeurs et un service de luxe irréprochable et unique.

Nous insistons sur l'unicité de notre service car notre offre apportera des services supplémentaires que le simple transport de personnes. Outre le transport à proprement parler nous offrirons des cigarettes électroniques jetables, la mise à disposition de parapluies et des stylos publicitaires à nos clients directs, mettrons à disposition notre propre magazine, ainsi que des journaux électroniques et Internet. De plus, les clients pourront mettre leur propre musique directement via leur téléphone grâce à un système Wifi. Par ailleurs, nous voulons aussi offrir des places en loge VIP pour quatre personnes au Parc des Princes tous les mois pour nos clients les plus fidèles avec une mise à disposition d'un chauffeur pour la soirée à prix réduit.

Le transport de tourisme devient accessible, et du fait de sa nouveauté, n'a pas encore pu se développer pleinement en France. Nous voulons donc saisir cette opportunité du marché pour nous implanter. Notre projet devrait voir le jour rapidement.

B. L'histoire des VTC

Les sociétés de transports de luxe mettent à disposition des véhicules qui font rêver la plupart des utilisateurs. Pour comprendre les acteurs actuels du marché et leurs clients, nous allons commencer par nous intéresser à leur passé.

En France, une voiture de transport avec chauffeur (VTC) est une voiture mise à disposition, de manière payante, avec un conducteur. Cette activité était traditionnellement connue sous le nom de voiture de grande remise. On compte aujourd'hui en France 14.000 exploitants. L'appellation de « grande remise » remonte à l'Ancien Régime, où il y avait, à proximité du Louvre, une « grande remise » et une « petite remise », en fonction de l'importance des voitures et de la qualité des personnes transportées. Ces deux expressions sont restées pour désigner des types différents de véhicules loués avec chauffeur, mais l'activité de « grande remise » est maintenant appelée officiellement exploitation de voitures de transport avec chauffeur. Jusqu'en 2010, l'ancêtre du VTC à savoir les licences de "grande ou petite remise" étaient accordées au compte-goutte. En 1993, une circulaire du ministre de l'intérieur Charles Pasqua aux préfets leur recommandait, dans une belle litote, de « ne pas étendre à l'excès le nombre des exploitants de voitures de petite remise de façon à maintenir les fragiles équilibres avec les exploitants de taxi » (Source : Circulaire n°nor/int/d/93/00143/c, qui sera reprise par Pierre Chevènement en 2000 n°nor/int/d/00/00220/c).

II. Etude de marché

A. Existence d'un marché

Avec 47 millions de visiteurs entre 2013 et 2014, Paris reste la première destination touristique au monde, devant Londres (35 millions).

Ce chiffre s'entend à l'échelle du Grand Paris (Paris et les trois départements de la Petite Couronne). Parmi ces 47 millions de visiteurs, 16,6 sont étrangers, soit un chiffre légèrement en deçà (16,8 millions) de celui dévoilé la semaine dernière par le bureau britannique des statistiques (Office for National Statistics) pour Londres.

La métropole du Grand Paris sera créée au 1er janvier 2016, ce qui expliquera qu'un grand nombre de touristes seront hébergés autour de Paris. Ce projet va permettre d'augmenter les tarifs kilométriques de nos prestations.

1. Un développement rapide et massif des VTC depuis 2009

Les VTC ont fait naître une nouvelle profession en pleine expansion dans un cadre réglementaire insuffisant.

❖ **Un développement fulgurant**

Il est difficile d'obtenir une évaluation précise et fiable du nombre de VTC en circulation actuellement en France et en particulier en région parisienne. Les approximations dont dispose le Gouvernement proviennent d'un croisement entre les données d'immatriculation des entreprises de VTC, et les chiffres de délivrance des cartes professionnelles par la préfecture de police de Paris.

Ces chiffres imprécis permettent toutefois de constater que l'offre de VTC s'est rapidement accrue en France et cela en l'espace de quelques années seulement. En trois ans, de 2010 à 2013, le nombre d'immatriculations d'entreprises VTC auprès d'Atout France a été multiplié par 4,6 pour atteindre en janvier 2014 le chiffre de 7 213 entreprises et en 2015 près de 11 000. De manière générale, l'offre de VTC est venue répondre à un déséquilibre chronique, en région parisienne, entre offre et demande de transports légers de personnes.

Voir Annexe 1 : Comparaison satisfaction Taxi / VTC.

❖ La dérégulation engagée en 2009

La loi du 22 juillet 2009 a fortement dérèglementé ce secteur. Elle a institué une procédure très souple d'immatriculation des entreprises de VTC auprès du groupement d'intérêt économique Atout France. Cette procédure est dématérialisée, purement déclarative et très peu coûteuse. Les conditions à respecter sont peu exigeantes.

La souplesse de la réglementation a contribué à l'essor très rapide des VTC.

2. Le développement de nouvelles technologies et l'émergence de nouveaux acteurs

La révolution numérique a permis à ces nouvelles entreprises de VTC d'organiser les déplacements de leurs flottes de véhicules pour correspondre au plus près à la demande des consommateurs. Il est aujourd'hui possible, par l'installation d'une application smartphone créée par un des intermédiaires agissant sur ce marché, de visualiser les véhicules disponibles dans la zone de départ, d'obtenir un devis pour la course envisagée, de réserver sa voiture et de payer la prestation par carte bancaire, et à l'avance.

Cette innovation technologique, conjuguée à l'assouplissement de la réglementation, a révolutionné les transports urbains.

Les entreprises de la grande remise, qui exerçaient déjà avant la dérégulation opérée par la loi du 22 juillet 2009, étaient traditionnellement placées sur un marché du luxe, de la qualité de service et de la clientèle professionnelle. Ceux qu'on appelle parfois les « néo-VTC », grâce au développement des applications smartphones, se sont positionnés en direction du grand public. Sur le marché de la réservation préalable, ils sont désormais directement en concurrence avec les taxis.

Pour obtenir la suite du Business plan complet de 60 pages : <http://bible-du-vtc.com/documentation/>

Pour obtenir le Business Pack comprenant : <http://bible-du-vtc.com/pack-business/>

- **Business plan**
- **3 Estimations / Plans prévisionnels**
- **Contrat de missions**
- **Contrat de location de véhicule**
- **Statuts d'entreprise**

Recevez 100€ de réduction sur notre formation BVTC avec le code BVTC1200 à nous envoyer par mail à
contact@bible-du-vtc.com