

# RETOUR D'EXPÉRIENCE & BONNES PRATIQUES EMPLOYEUR EN FAVEUR DU COVOITURAGE



**SAINT-GOBAIN** est un acteur mondial de l'habitat pour la construction durable. La raison d'être du groupe est «making the world better home»



Interview de  
**Florian Bruggeman**  
Chef de projet Mobilité verte

## Pourquoi avez-vous mis en place une démarche en matière de mobilité durable ?

**F.B.** : Dans le cadre du programme « agir durablement », Saint-Gobain a engagé une démarche en matière de mobilités durables. En effet, dans ce programme, nous retrouvons les 4 piliers suivants :

- Engagés pour des projets durables
- Engagés pour la mobilité verte
- Engagés pour la solidarité
- Engagés pour la diversité et l'inclusion

Le programme a été mis en place en 2021, et une réunion a lieu chaque mois pour suivre l'avancement du projet. Des ambassadeurs.drices du programme ont été mise en place dans quasiment toutes les entités, à l'échelle nationale. Les enjeux liés au programme sont variés: environnement, pouvoir d'achat, mais l'aspect QVCT et équilibre vie pro/vie perso est l'enjeu principalement mis en avant.

## Qu'avez-vous mis en place pour favoriser le développement du covoiturage ?

**F.B.** : Dans le cadre du pilier n°2 « engagés pour la mobilité verte » du programme « Agir durablement », un appel d'offre a été lancé pour le développement du covoiturage. C'est Karos qui a été sélectionné. Karos a ensuite été proposé aux entités du groupe, mais toutes n'ont pas adhéré au dispositif. Une trentaine d'entités ont adhéré, représentant environ 20 000 personnes.



Trois entités ont été choisies en 2021 pour un test sur le covoiturage: Saint-Gobain Sully (environ 500 personnes), une usine localisée en région centre, loin d'une zone urbaine ; Saint-Gobain Recherche Provence, un centre de recherche à proximité de Cavaillon (26 000 habitants) ; SGGGS Menuisiers Industriels (Auvergne isolation – 100 personnes). Après cette phase de test concluante, le dispositif a été proposé à l'ensemble des entités du groupe. Chaque entité décide ensuite de le mettre en place ou non.

Des dispositifs d'incitation sont également en place. Pour chaque lancement dans une entité du groupe, les salariés bénéficient de 6 mois de gratuité pour leurs trajets domicile-travail. Le Forfait Mobilités Durables associé à Karos a encouragé les salariés à persévérer dans l'usage de Karos, même après la période de gratuité de 6 mois. Certaines régions ou collectivités subventionnent le covoiturage et participent également à l'usage au-delà des 6 mois de gratuité. Enfin, des animations locales réalisées par les référents RH des entités du groupe, ou encore l'organisation de challenges, fidélisent les usagers

Aujourd'hui 3 entités proposent le FMD via Karos: Saint-Gobain Research Provence, avec un plafond de 800€ et une prise en charge de 100% du ticket passager ; Saint-Gobain Glassolution Menuiserie Industriel avec un plafond de 300€ et une prise en charge de 25% du ticket passage ; Point P Centre, avec une indemnité de 175€ par an pour les collaborateurs.trices qui réalisent au moins 100 trajets par an sur l'application Karos. Il n'y a pas de cadre imposé sur les plafonds et modalités du FMD. Chaque entité fait comme elle souhaite.

### **Quelles actions de communication et de sensibilisation avez-vous réalisées ?**

**F.B.** : Il y a une journée «agir durablement» qui est organisée une fois tous les deux ans. Il s'agit d'un moment où les initiatives sont partagées grâce aux ambassadeurs notamment. La journée est fixée et ensuite délocalisée dans chacune des entités, et l'organisation des journées est laissée aux ambassadeurs. La prochaine journée aura lieu le 24 juin 2025. Par ailleurs, Saint-Gobain a participé au défi mobilité durable organisé par Karos.

L'entreprise organise des webinaires de présentation du FMD avec Karos, et communique régulièrement lors des événements semestriels RH. Les supports proposés par Karos sont réutilisés pour de l'affichage sur les sites. Des animations sont proposées par certaines entités, notamment dans celles où il y a une forte pratique du covoiturage.

### **Et en termes d'aménagements ?**

**F.B.** : Certaines entités ont mis en place des parkings dédiés .

### **Quelles évolutions avez-vous pu constater en matière de pratique du covoiturage (parts modales, nombre de covoitureurs) ?**

**F.B.** : Depuis le lancement de Karos, Saint-Gobain compte plus de 1000 utilisateurs répartis sur 27 entités du groupe en France. Cela représente 54 tonnes de CO2 évitées et 429000 km évités. 32600 trajets ont été réalisés depuis 2021, et Saint-Gobain a redistribué 142000€. Avant la mise en place de Karos, la part modale du covoiturage était de 1,55% en 2021, aujourd'hui ce chiffre a atteint 4% .

### **Qui porte ces sujets en interne, et quelles sont les prochaines actions envisagées pour promouvoir le covoiturage ?**

**F.B.** : Je suis moi-même le projet en interne. Les indicateurs sont suivis mensuellement. Les entités déjà utilisatrices sont encouragées à augmenter le taux participation à travers les webinaires, newsletters, et événements organisés dans le cadre du programme « Agir durablement ». Le dispositif est aujourd'hui compatible avec le FMD et les autres entités du groupe non encore adhérentes sont encouragées à le faire à travers des mails envoyés aux RH et DRH, et une communication ciblée lors des club RH.

### **Quelles sont les principales difficultés rencontrées et quels sont, selon vous, les éléments clés de succès dans le développement de la pratique du covoiturage dans une organisation ?**

**F.B.** : Le premier problème identifié est relatif aux indemnités kilométriques. Cette indemnité est historique pour plusieurs entités, et permet d'aider les salarié.es contraints d'utiliser leur véhicule personnel. Ces indemnités kilométriques sont parfois plus avantageuses que le FMD qui est plafonné à 700€. La deuxième difficulté se trouve dans les zones rurales qui ne permettent pas un maillage suffisant pour que les salarié.es trouvent des covoitureurs. Le potentiel est très réduit dans certaines zones. Concernant les leviers, Saint-Gobain a identifié des ambassadeurs qui aident à déployer les actions. Sur l'aspect financier, il y a un avantage complémentaire quand le site se situe dans une collectivité qui a conventionné avec un opérateur de covoiturage. Certaines entités ont pris le sujet en main grâce à l'animation créée par le référent dans l'entité. Un des leviers importants est l'intégration du FMD dans la plateforme KAROS.

**Pour aller plus loin,  
rendez-vous sur le site**

