

ENJEUX ET OPPORTUNITES DU SECTEUR DES GARAGES SOLIDAIRES EN FRANCE

Etude des pratiques du secteur

15/01/2016

*UNE ETUDE MENEES PAR LE CABINET EEXISTE ENTRE NOVEMBRE 2015 ET JANVIER 2016 – A L'INITIATIVE DES FONDATIONS PSA
ET NORAUTO*

PLAN DETAILLE



- PREAMBULE
 - L'étude et sa méthodologie
- INTRODUCTION : ELEMENTS DE CONTEXTE DANS LE SECTEUR DE LA MOBILITE SOLIDAIRE
- PARTIE 1 : COMMENT LES GARAGES REPONDENT-ILS AUX BESOINS DE MOBILITE DES PERSONNES FRAGILES ?
 - Qu'est ce qu'un garage solidaire
 - Comment les garages répondent-ils aux enjeux de mobilité solidaire ?
 - Comment sont-ils organisés pour répondre efficacement à ces enjeux ?
- PARTIE 2 : MODELE ECONOMIQUE ET PERENNITE
 - Un modèle économique en construction
 - Besoins financiers et solutions d'approvisionnement
 - Vente de services et génération de revenus
 - Soutiens institutionnels et partenariats privés
- CONCLUSION :
 - Une réponse efficace aux besoins sociaux
 - Besoins et enjeux de renforcement du secteur
 - Opportunité d'une Fédération
- RECOMMANDATIONS

PRÉAMBULE

- Objectifs de l'étude
- Méthodologie
- Garages contributeurs



OBJECTIFS DE L'ETUDE



- 2 Fondations, La Fondation PSA et la Fondation Norauto régulièrement sollicitées et en appui du secteur des garages solidaires
- Une connaissance de plus en plus fine du secteur et de ses besoins, mais un souhait d'objectiver et de mettre en perspective
- Une intuition de forts enjeux de structuration du secteur et de mutualisation pour ses acteurs
- Une envie d'agir ensemble pour davantage d'efficacité et d'impact

Interroger les besoins, les pratiques et les résultats des garages solidaires, afin de...

- Mieux comprendre leur inscription dans le champ de la mobilité solidaire et dans la réponse aux besoins de publics en situation de précarité
- Dresser les contours du secteur des garages solidaires
- Identifier des clés de pertinence et de pérennité des garages
- Identifier les opportunités de professionnalisation et de structuration du secteur

METHODOLOGIE



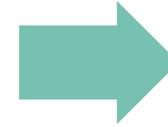
PRÉPARATION

- Etude documentaire sur la mobilité solidaire et la place des garages
- Identification de garages solidaires à mobiliser dans l'étude grâce à des fondations et recherches documentaires



COLLECTE DE DONNÉES

- Enquête en ligne auprès de 62 garages (30 répondants)
- 7 entretiens approfondis avec des garages représentatifs de différents modèles et territoires
- 3 entretiens approfondis avec des porteurs de projets de réseaux / fédérations



ANALYSE

- Une analyse statistique et qualitative de la matière collectée
- Des entretiens avec des experts du secteur de la mobilité solidaire
- La préparation d'une synthèse des enseignements et questions clés

37 GARAGES CONTRIBUTEURS A L'ETUDE

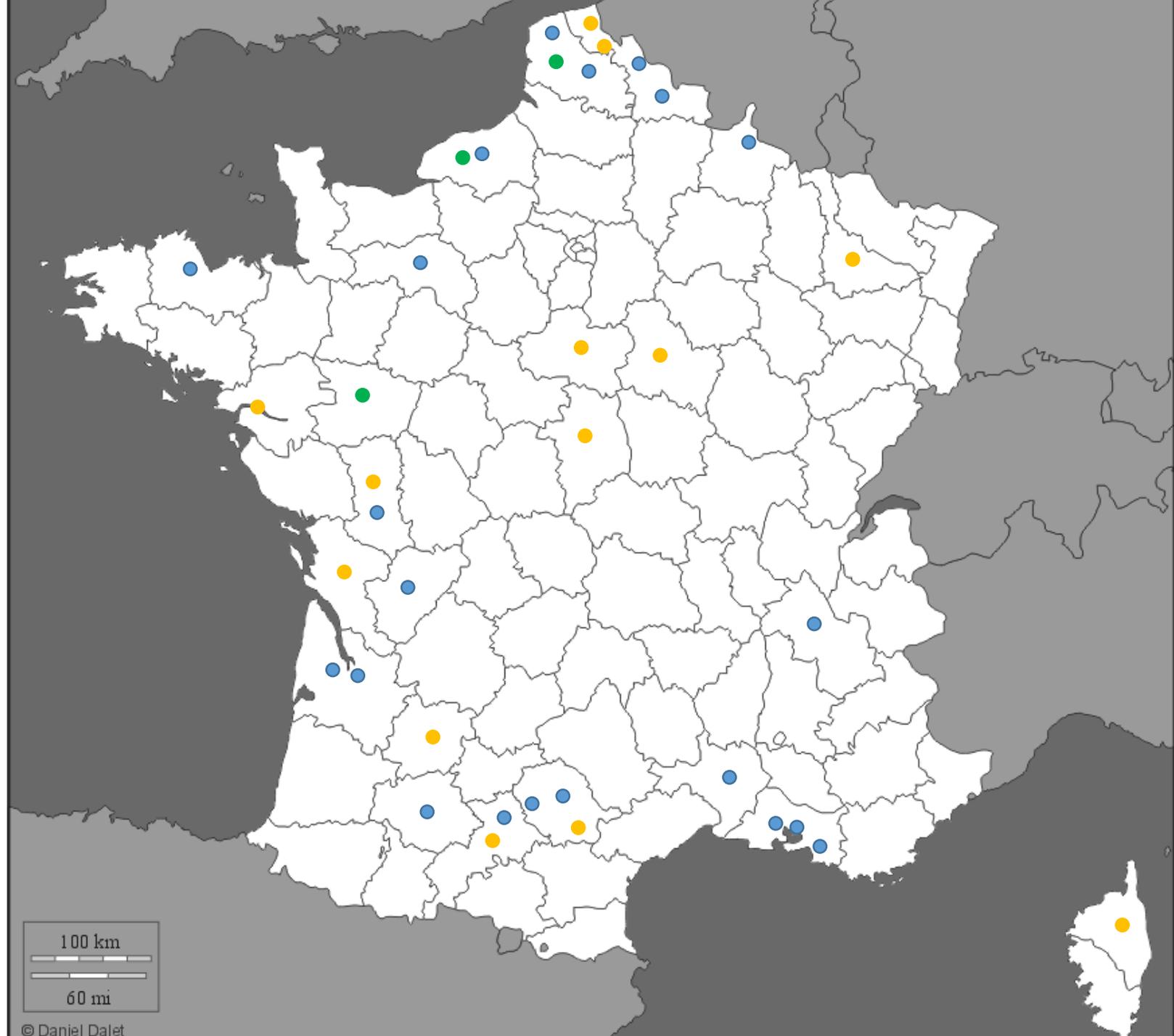


	ENQUETE EN LIGNE (30 garages)	ENTRETIENS QUALITATIFS (7 garages)
ANNEES DE CREATION	Entre 1979 et 2015	Entre 1979 et 2014
TERRITOIRES D'IMPLANTATION (RURAL / URBAIN / ZUS)	Zone rurale: 27% Zone urbaine: 40% ZUS: 17% Zone péri-urbaine: 17%	3 en zone rurale 2 en zone urbaine 2 en ZUS
ACTIVITES D'INSERTION	40% ont des activités d'insertion (11 ACI et 1 EI)	57% ont des activités d'insertion (2 ACI / 2 EI)
CIBLAGE DE POPULATIONS DEFAVORISEES	1 seul garage « tous publics » 23 garages sur prescription sociale	Tous les garages ciblent des publics précaires sur prescription sociale
NOMBRE D'USAGERS	De 6 à 1200 / an	De 180 à 1500 / an
MATURITE DES MODELES ECONOMIQUES	30% ont trouvé un modèle économique 56% ont des modèles en construction 15% sont en difficulté	5 ont trouvé un modèle économique 1 a son modèle en construction 1 a déposé le bilan

CARTE DE FRANCE DES GARAGES CONTRIBUTEURS DE L'ETUDE

Légende :

- ACI
- EI
- Sans agrément



INTRODUCTION

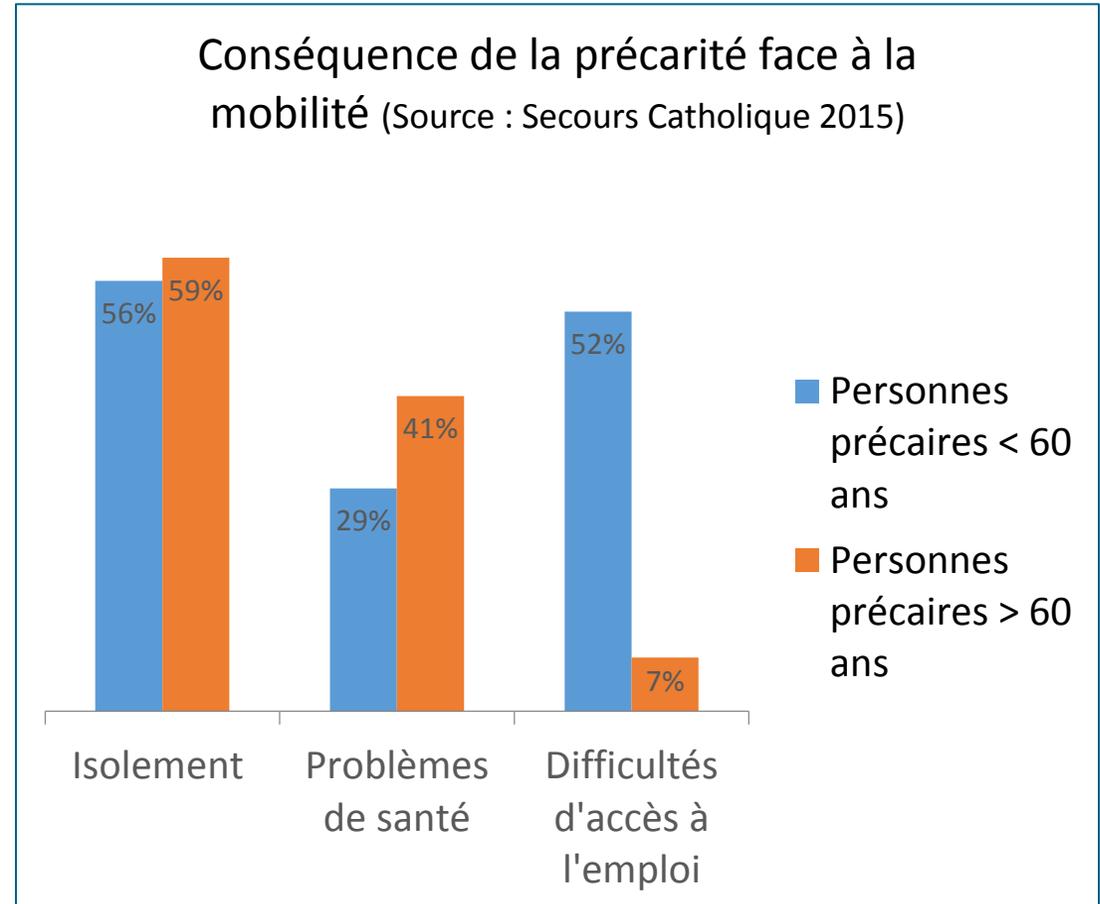
- Précarité et mobilité
- Éléments de contexte sur le secteur de la mobilité solidaire
- Les garages solidaires: un maillon essentiel dans le secteur?



PRÉCARITÉ ET MOBILITÉ



- 6 à 8 millions de Français font face à des difficultés budgétaires pour répondre à leurs besoins de mobilité
 - Le budget transport représente environ 10% des dépenses mensuelles hors logement des personnes en précarité (source *Secours Catholique, enquête mobilité, 2015*), soit le 2^{ème} ou 3^{ème} poste de dépenses.
 - 72% <60 ans et 57% >60 ans en situation de précarité déclarent devoir limiter leurs déplacements pour des raisons budgétaires
- ⇒ **CONSEQUENCES:** Perte de lien social, difficultés d'insertion professionnelle, problèmes de santé



ENJEUX DE MOBILITE ET REPONSES SOLIDAIRES



- Longtemps simple composante d'autres politiques sociales (emploi, santé...), la mobilité est de plus en plus considérée comme un droit à part entière,
- En réponse, le secteur de la mobilité solidaire se structure.
- Des réponses complémentaires pour garantir le droit des personnes à la mobilité, qui s'articulent plus ou moins bien en fonction des acteurs ou des territoires

ENJEUX

- Identifier des solutions de mobilité idoines
- Rendre accessible l'usage de l'automobile
- Former les personnes à la sécurité, la prévention, la gestion de leur budget mobilité...
- Garantir la qualité des services rendus du côté des acteurs

RÉPONSES

- Plateformes de mobilité
- Auto-écoles sociales
- Loueurs solidaires
- Garages solidaires
- Autres solutions : mobilité douce, auto-partage...

LES GARAGES : UN MAILLON ESSENTIEL DE LA MOBILITE SOLIDAIRE?



- L'automobile : un levier incontournable de l'autonomie...
 - Second mode de déplacement des Français derrière la marche à pied
 - Principal vecteur d'usages: aller au travail, faire les courses, voir ses amis et sa famille...
- ...mais difficilement accessible aux personnes précaires
 - 8 millions de personnes sous le seuil de pauvreté de 977 € / mois
 - Un permis de conduire coûteux (1600€ en moyenne) et complexe, un budget de possession d'une voiture estimé à 295€ / mois (ONPES) => Inaccessible pour les personnes en précarité
 - Chez les personnes en situation de précarité de moins de 60 ans : 50% disposent du permis de conduire, 40% possèdent une voiture
 - La location et l'emprunt de véhicules globalement peu répandus chez les personnes précaires (respectivement 1% et 2%)

-- >>>Face à ces enjeux, les garages solidaires peuvent être un levier essentiel et transversal pour faciliter l'accès à l'automobile

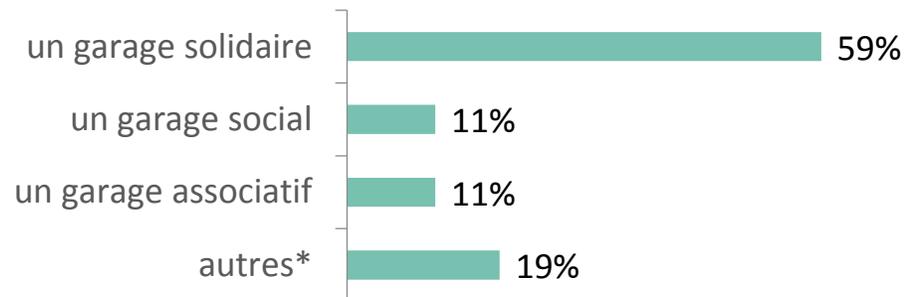
PARTIE 1: LES GARAGES SOLIDAIRES ET LEUR MISSION SOCIALE

- Qu'est-ce qu'un garage solidaire ?
- Comment les garages contribuent-ils à répondre aux enjeux de mobilité des publics précaires?
- Comment les garages sont-ils organisés pour répondre à ces enjeux ?

COMMENT LES GARAGES SE DÉFINISSENT-ILS ?



Vous considérez-vous comme...



*autres : participatif, garage d'insertion, associatif et solidaire, ...

Tentative de définition

Les garages solidaires, le plus souvent constitués sous forme associative, s'insèrent dans le paysage de la mobilité solidaire pour offrir des services d'entretien/réparation de véhicules à tarif solidaire, soit directement auprès de publics en difficulté, soit en soutien d'activités de vente, location ou autres services de mobilité qui leur sont destinés.

2 points communs :

- **Un métier** de garage automobile : activités d'entretien / réparation de véhicules ;
- **Un objectif** de mobilité solidaire . Ils s'adressent à des publics en difficulté , pour les aider à gagner en mobilité et en autonomie

Caractéristiques fréquentes :

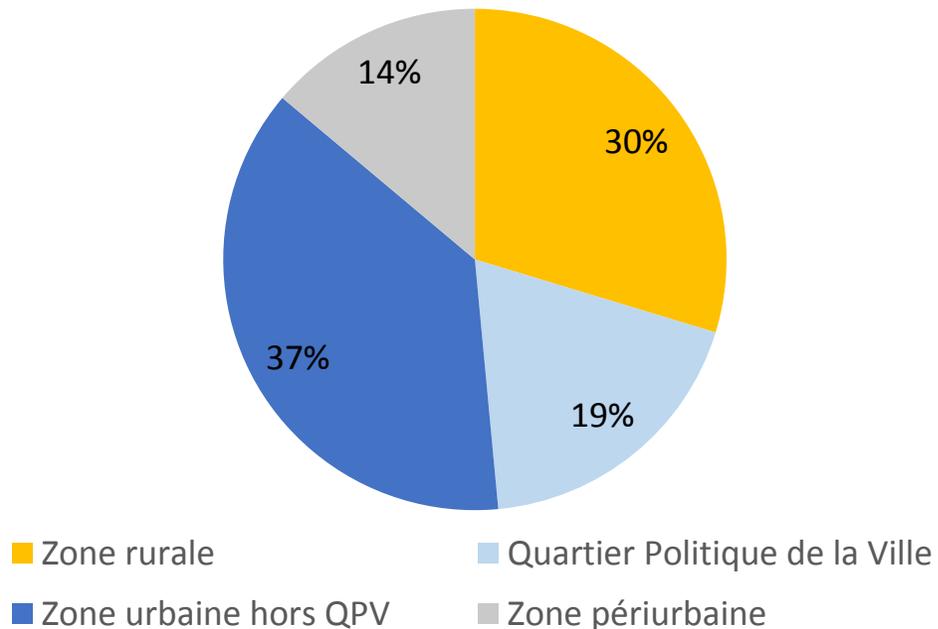
- d'autres activités en soutien à la mobilité
- une double mission sociale pour des garages qui emploient des personnels en insertion

« Notre mission sociale : faire travailler des salariés en insertion et redonner de la mobilité à des personnes vulnérables ; pour ces deux publics, nous voulons permettre qu'ils retrouvent un lien social et lever des freins à l'emploi. » - Un garage interrogé

OÙ TROUVE-T-ON LES GARAGES SOLIDAIRES ?



Territoires d'implantation des répondants



Point de vigilance : des garages situés en zone rurale isolée sans doute plus difficiles à identifier que les garages implantés en zone urbaine

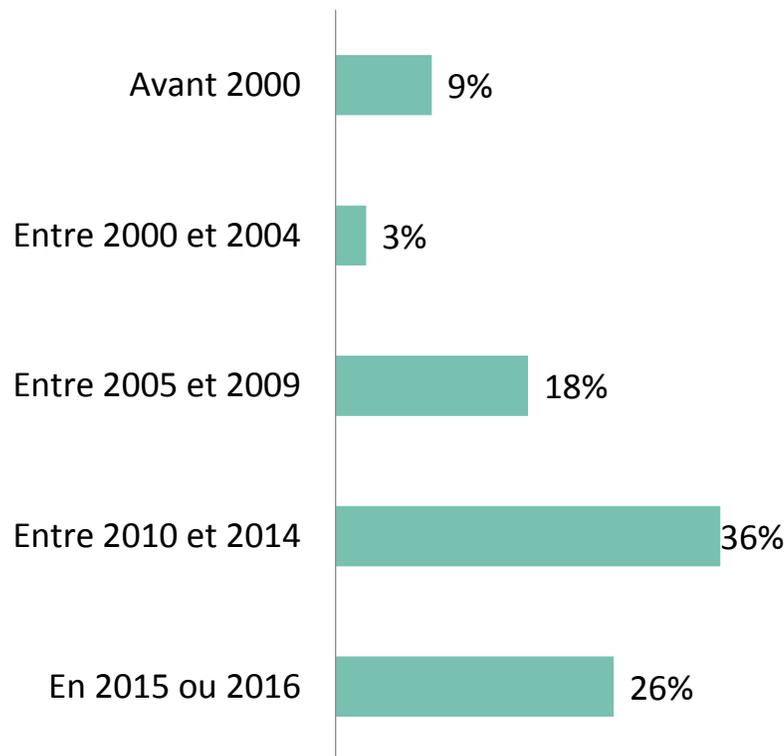
- 56% des garages sont situés en zone urbaine (inclus les zones urbaines sensibles)
- La proximité géographique de plusieurs garages et d'acteurs de la mobilité solidaire permet notamment des référencements mutuels et des synergies.

« Certains garages nous orientent des publics ; ça va aussi dans l'autre sens, il nous arrive de leur donner des véhicules qu'on n'a pas le temps ou les compétences de réparer. On place aussi des gens en stage dans des garages du coin, on fait des contrôles techniques, on échange des pièces, certains garages nous donne des véhicules. » - Un garage en zone urbaine.

DES GARAGES RÉCEMMENT CRÉÉS



Années de création des garages interrogés



- La majorité des garages créés après 2010. ¼ en cours de lancement.
- Les créations récentes peuvent s'expliquer par plusieurs facteurs :
 - **Une prise de conscience des enjeux de mobilité pour les publics précaires**, (politiques d'accompagnement vers l'emploi et d'insertion professionnelle, recherches et publications, création du premier Institut de la Mobilité Inclusive);
 - **La structuration du secteur de la mobilité solidaire** et de ses acteurs (Wimooov, la FAPE...);
 - **La mobilisation des pouvoirs publics et notamment des collectivités territoriales** : de nombreux garages sont créés à leur initiative, et débloquent parfois des lignes budgétaires;
 - **La cessation d'activité** de garages plus anciens ?

On a beaucoup de demandes de la part des collectivités, d'élus souvent, qui nous demandent de les aider à créer un garage sur leur territoire. » - Un directeur de garage solidaire

QUI SONT LES PUBLICS CIBLÉS PAR LES GARAGES ?



Nombre d'usagers :

- **450** personnes accompagnées par an sur l'ensemble des activités du garage; 550 pour les garages de plus de ans.
- Un écart type important : entre 50 et 1500 bénéficiaires
- Les 3 garages qui reçoivent plus de 1000 usagers ont plusieurs implantations et une grande diversité de services.
- Rayonnement fort des garages **en zone rurale** qui accueillent en moyenne 530 usagers par an

Accompagner la précarité et l'accès à l'emploi :

- Tous les garages s'adressent à au moins une catégorie de personnes en difficultés
- **74%** des garages s'adressent à des publics en recherche d'emploi ou en phase d'insertion professionnelle
- Ces publics reçoivent des aides à la mobilité, qui facilitent souvent l'accès aux services du garage
- **83% travaillent sur prescription** : légitime l'activité, facilite l'identification de publics cibles, développe les ressources (subventions de fonctionnement et chiffre d'affaires)

Prescripteurs : CCAS, Pôle Emploi, Conseil Général, PLIE, Mission locale, Cap emploi, référents RSA...

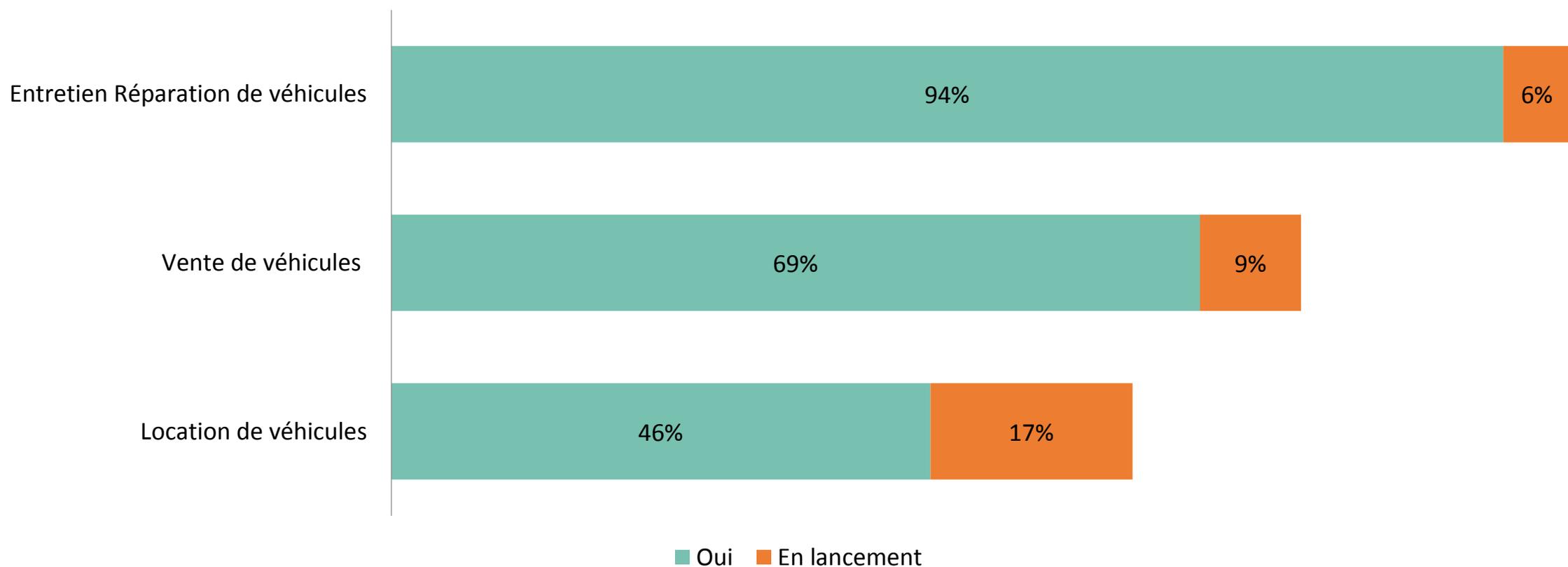
- Les garages peuvent accueillir sans prescription, sur justificatif (ex.: fiche d'imposition, quotient familial)

« C'est important de travailler avec des prescripteurs, pour justifier qu'on n'est pas dans le champ concurrentiel. Et cela permet de créer un réel partenariat et de pérenniser l'activité. Le garage est devenu un outil de Pôle Emploi. » - Un porteur de projet

SERVICES PROPOSÉS : FOCUS SUR LES 3 PRINCIPAUX SERVICES



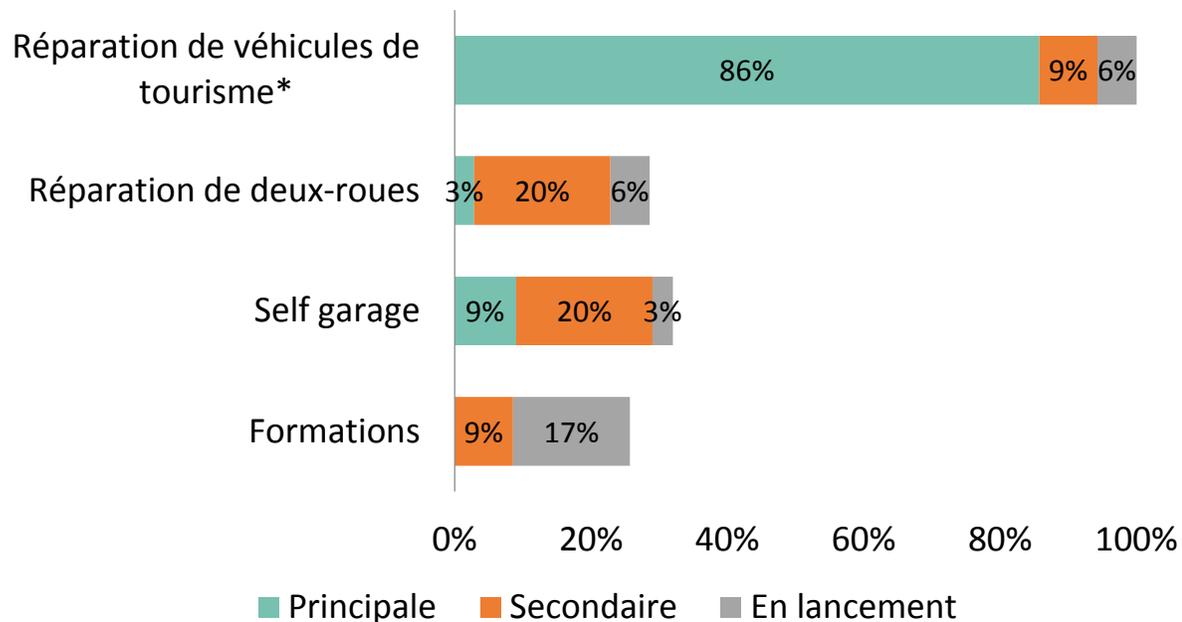
Activités les plus souvent développées par les garages



L'ENTRETIEN/RÉPARATION AU CŒUR DE L'ACTIVITÉ DES GARAGES



Réparation / entretien et activités associées



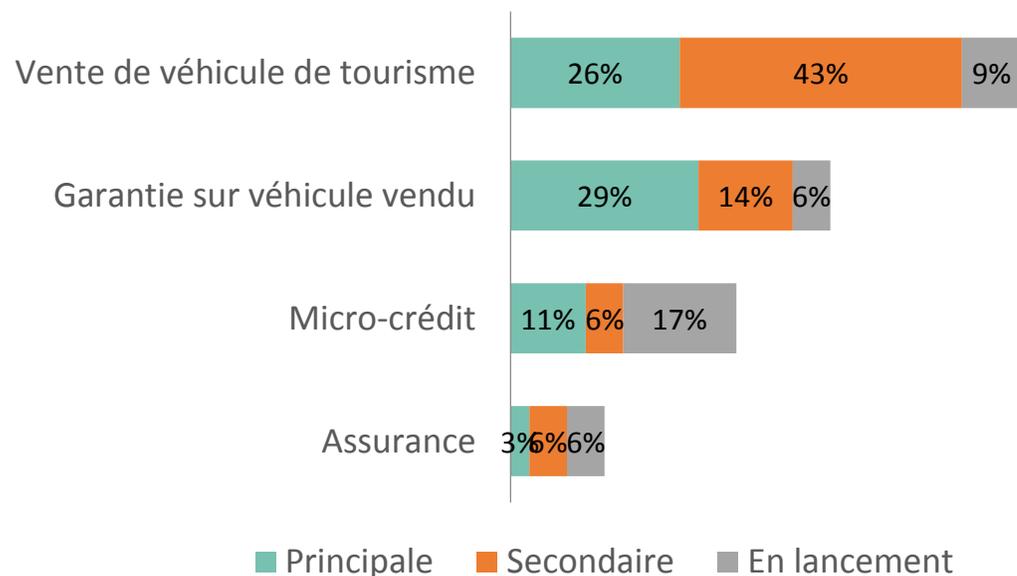
« Au self garage, seul le propriétaire de la carte grise peut travailler sur le véhicule. On évite ainsi tout travail au noir. Quand on ferme les yeux, cette activité peut sûrement être rentable . » - Un directeur de garage.

- Pour 79% d'entre eux, c'est le premier volume d'activité (en nombre d'utilisateurs).
- Une réponse à 3 niveaux :
 - Des tarifs solidaires (entre 5 et 40€/h contre 55 à 85€ dans les garages classiques)
 - Un appui conseil sur les pièces détachées (les utilisateurs peuvent venir avec leurs propres pièces)
 - Une mission d'éducation/formation (self garage, cours de mécanique)
- L'activité **deux-roues** reste marginale (mais moins de 6% des publics en précarité utilisent ce moyen de transport).
- 1/3 proposent du **self-garage**, souvent la seule activité « tout public ».
- Le self garage n'est pas toujours rentable et pose des questions d'assurances et de responsabilité

COLLECTER, RÉPARER ET VENDRE DES VÉHICULES À DES PUBLICS PRÉCAIRES



Vente de véhicules et activités associées



« Tous les jours, j'ai quelqu'un qui vient au garage parce qu'il cherche une voiture. Je pourrais vendre une voiture par jour. Le problème, c'est l'approvisionnement en voiture, et on ne peut pas faire de publicité. » - Un directeur de garage.

Une activité de second plan répandue...

- 69% des garages proposent une activité de ventes. Pour 9% d'entre eux, c'est en lancement.

- Les tarifs de vente oscillent entre 2000 et 3000 €

... Mais qui répond aujourd'hui insuffisamment à la demande :

- Des volumes de ventes souvent jugés insuffisants : 78% déclarent moins de 50 clients par an.
- 20% des garages qui pratiquent la vente de véhicule proposent du microcrédit (17% pour l'ensemble des garages).
- Une garantie et une assurance proposée encore peu développées (1 garage sur 10 pour l'assurance)
- Un niveau de sécurité à assurer, parfois via un taux d'encadrement des salariés supérieur à la moyenne
- Une vigilance à développer par rapport aux normes environnementales qui évoluent

DONNER ACCÈS À LA MOBILITÉ PAR LA LOCATION DE VÉHICULES



Un service en développement :

- La moitié des garages propose de la location, pour 17% c'est en projet
- Mais un service peu développé aujourd'hui : dans deux tiers des cas, les garages qui pratiquent la location solidaire touchent moins de 100 usagers par an.
- Elle vise souvent des publics en insertion professionnelle
- Tarifs : entre 2 et 3 € par jour – souvent encadrés et accompagnés de subventions
- Dans 95% des cas, il s'agit de véhicules d'occasion
- Un service qui renforce la mission de prévention et d'éducation des garages

« La location est une étape intermédiaire qui leur permet de mettre de l'argent de côté pour acheter un véhicule, mais aussi d'apprendre à gérer un véhicule au quotidien : avoir un véhicule ce n'est pas simplement l'acheter, c'est un vrai budget entre le coût des réparations / assurance / gasoil. En passant chez nous, les personnes apprennent un nouveau mode de vie. » - Un directeur de garage.

ORGANISATION INTERNE



Equipe :

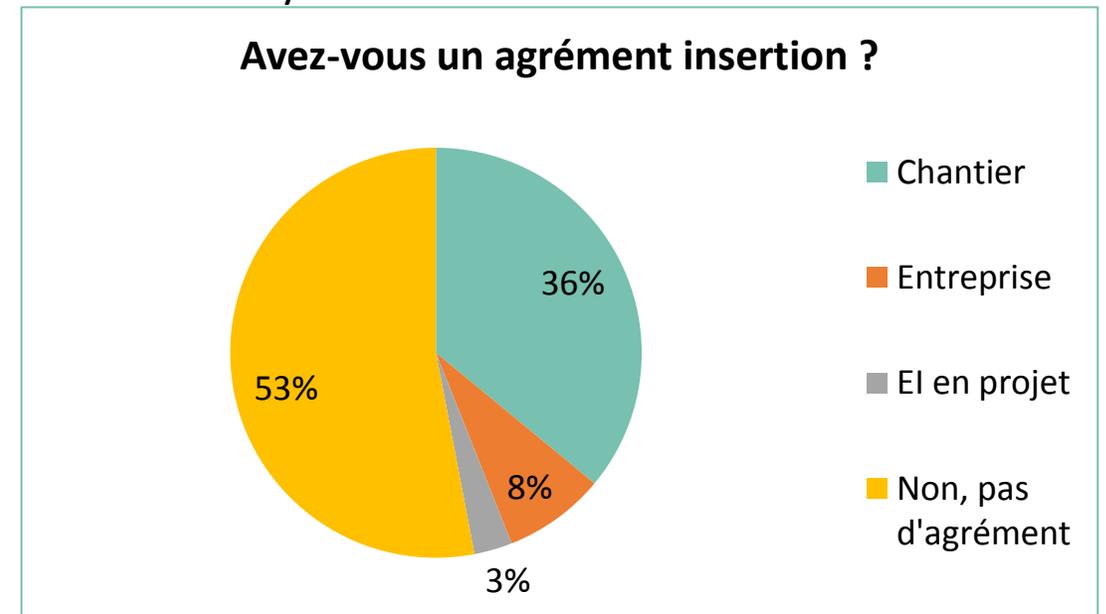
- en moyenne 7 salariés (6 ETP), $\frac{3}{4}$ des garages ont moins de 10 salariés et le plus grand garage a 24 salariés. Un seul garage fonctionne sans salarié, avec 3 bénévoles.
- En moyenne 9 bénévoles (CA et autres)
- Des métiers techniques, importance de la sécurité
- Des volumes d'activités importants (450 usagers en moyenne)

Professionalisation :

- Les garages se sentent globalement suffisamment outillés d'un point de vue technique.
- Près de la moitié d'entre eux ressentent un manque de compétences en gestion, et dans une moindre mesure, en accompagnement social.

Insertion:

- 85% des garages ont recours à des contrats aidés ou d'insertion
- 44% ont des agréments insertion
- 53% de sorties dynamiques (pour les ACI), contre 31% en moyenne.



PARTIE 2: MODELES ECONOMIQUES ET PERENNITE DES GARAGES

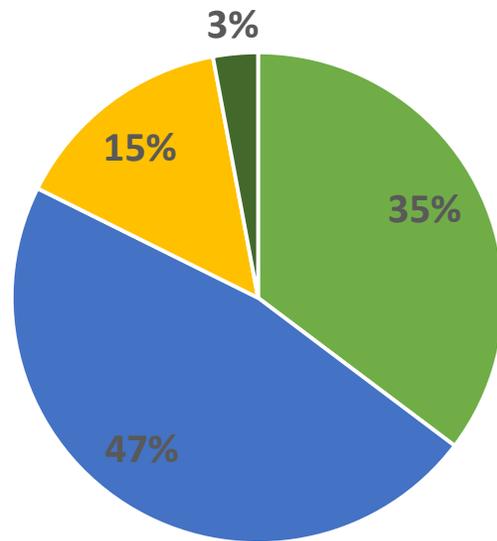
- Modèles économiques et facteurs de réussite
- Besoins financiers et solutions d'approvisionnement
- Vente de services et génération de revenus
- Soutiens institutionnels et partenariats privés



DES MODÈLES ÉCONOMIQUES EN CONSTRUCTION



Situation économique



- Modèle économique durable
- Tend à un modèle économique durable
- Peine à trouver un modèle économique durable
- NSP

Seuls **35%** des garages ont trouvé un modèle économique qui leur permet de fonctionner

- Dû en partie à la population interrogée : 22% des garages sont en phase de lancement d'activité et 43% en phase de développement

• Facteurs d'influence :

- **Maturité** : 50% des garages créés avant 2010 ont un modèle pérenne
- **Activités** : 2/3 des garages qui offrent 3 services sont pérennes
- **Territoires** : Les garages en zone urbaine semblent avoir plus de difficultés. Le maillage avec d'autres acteurs et le soutien institutionnel comptent pour beaucoup également.

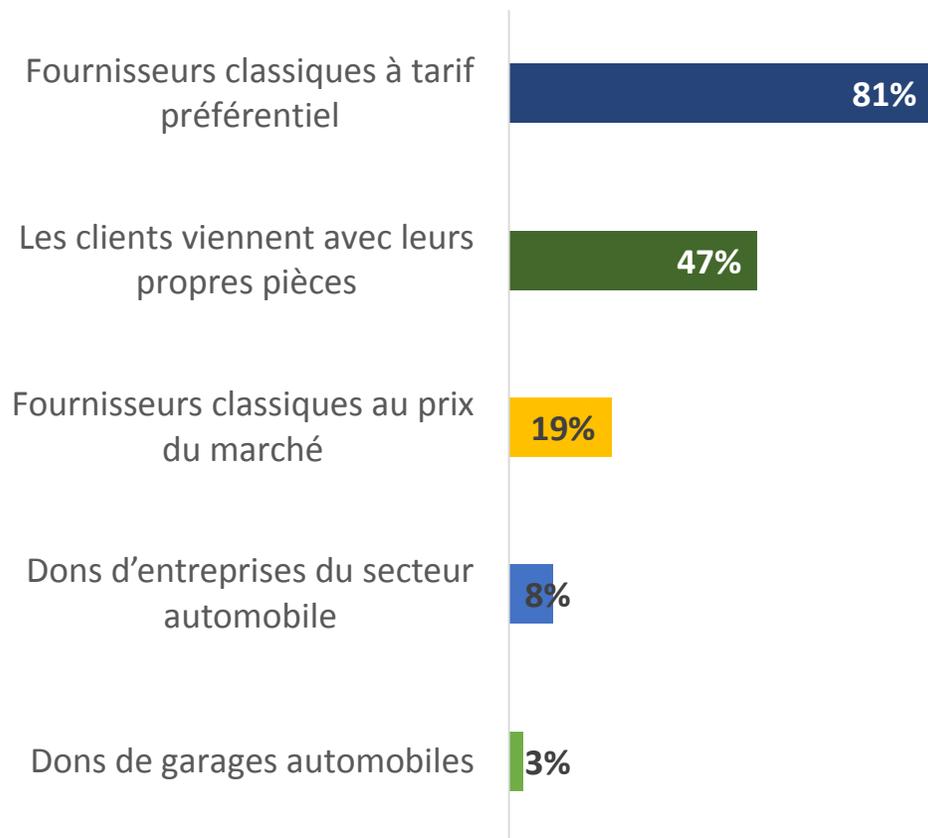
(Facteurs sans influence : taille du budget, agrément d'insertion)

- Une importante ventilation de budget (entre 75k€ et 975k€). Un **budget moyen de 525k€**.
- $\frac{3}{4}$ des garages ont un budget inférieur à 400k€.

DES PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT HETEROGENES



Approvisionnement en équipements / pièces détachées



Approvisionnement en pièces :

- Dons d'équipement et de pièces restent marginales
- Des pratiques très hétérogènes, et de pièces encore trop souvent achetées à prix de marché (19% des cas)
- Un sujet complexe, qui demande des compétences en négociation et des capacités de mutualisation

Approvisionnement en véhicule :

- Les dons sont la principale source d'approvisionnement : dans 83% des cas, il s'agit de dons de particuliers, 51% des dons d'entreprises
- 38% des garages achètent des véhicules d'occasion auprès de concessionnaires

>> un souhait de la plupart des garages d'augmenter le volume des véhicules récupérés.

>> dans les 2 cas, une occasion pour les garages de tisser des liens avec des acteurs du territoire

VENTES DE SERVICES ET GENERATIONS DE REVENU



- L'activité d'**entretien/réparation** est celle qui génère le plus de CA (pour 63% des garages).
- La **location solidaire** est jugée peu lucrative par les garages interrogés
- **Les ventes de véhicules**, si elles représentent souvent de petits volumes, sont au contraire jugées plus lucratives (en particulier dans le cas de dons). La vente est souvent financée par du microcrédit.

Plus de la moitié des garages s'autofinancent à plus de 50%.

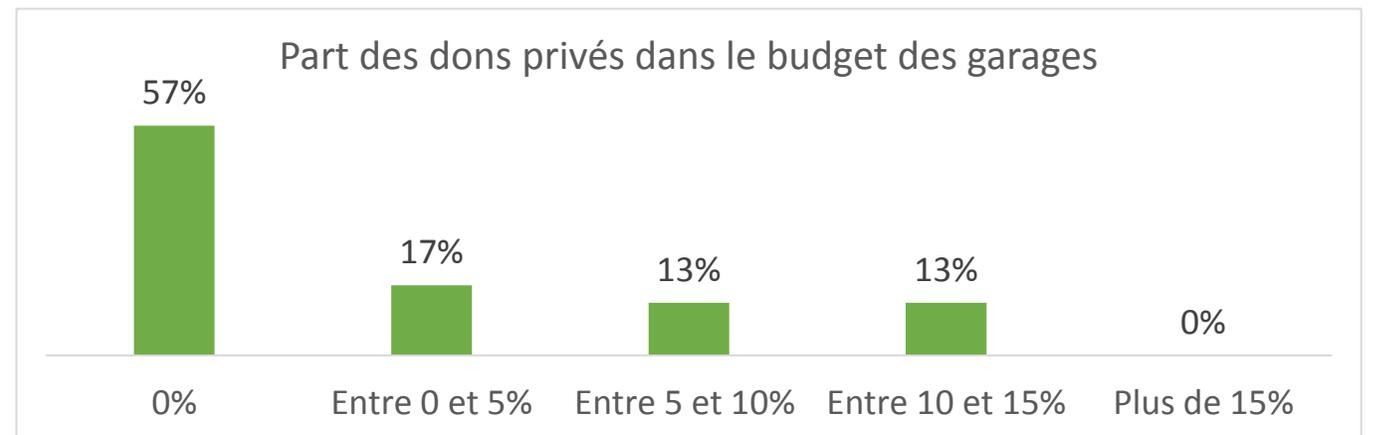
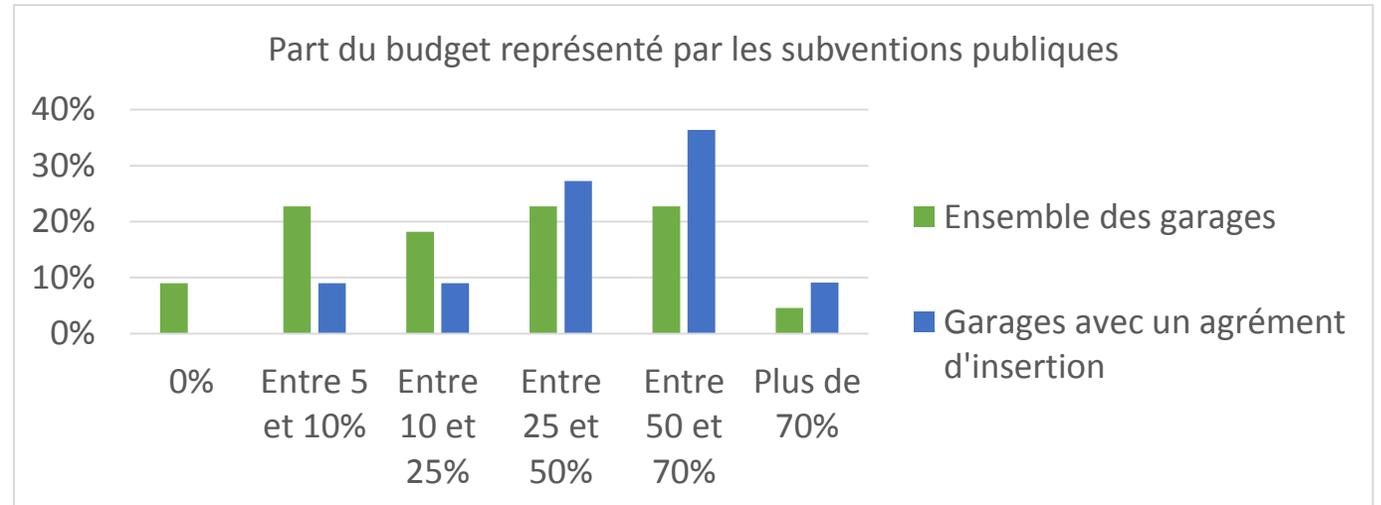
- l'autonomie financière semble être clé pour développer la pérennité du modèle
- De nombreux garages cherchent à développer des activités autogénératrices de revenu (dépollution, nettoyage...)

DES SOUTIENS INSTITUTIONNELS ET PRIVÉS QUI VARIENT



« Il y a autant de modèles de garages que d'aides publiques »

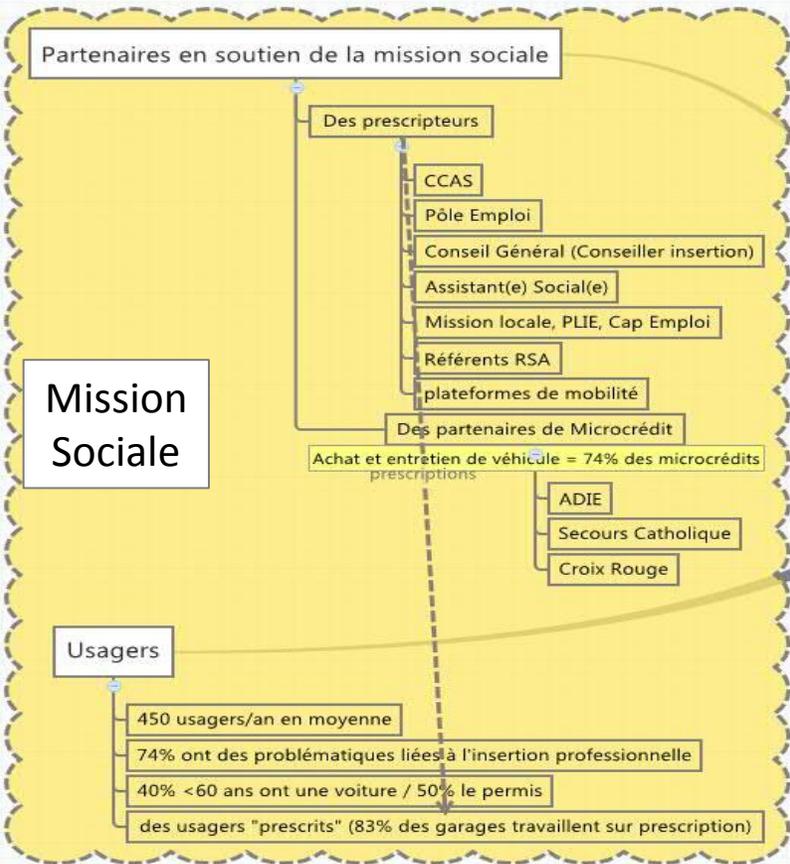
- 9% des garages n'ont aucun partenaire public et 57% n'ont aucun partenaire privé
- Les soutiens publics sont avant tout territoriaux, avec un rôle prépondérant des Conseils Départementaux
- Les subventions de fonctionnement sont très liées à l'agrément d'insertion, et versées par la DIRECCTE
- Les Fondations financent plutôt de l'investissement et sur des montants relativement faibles.
- Aucun garage interrogé n'a reçu plus de 15% de son budget par des subventions de fondations privées.



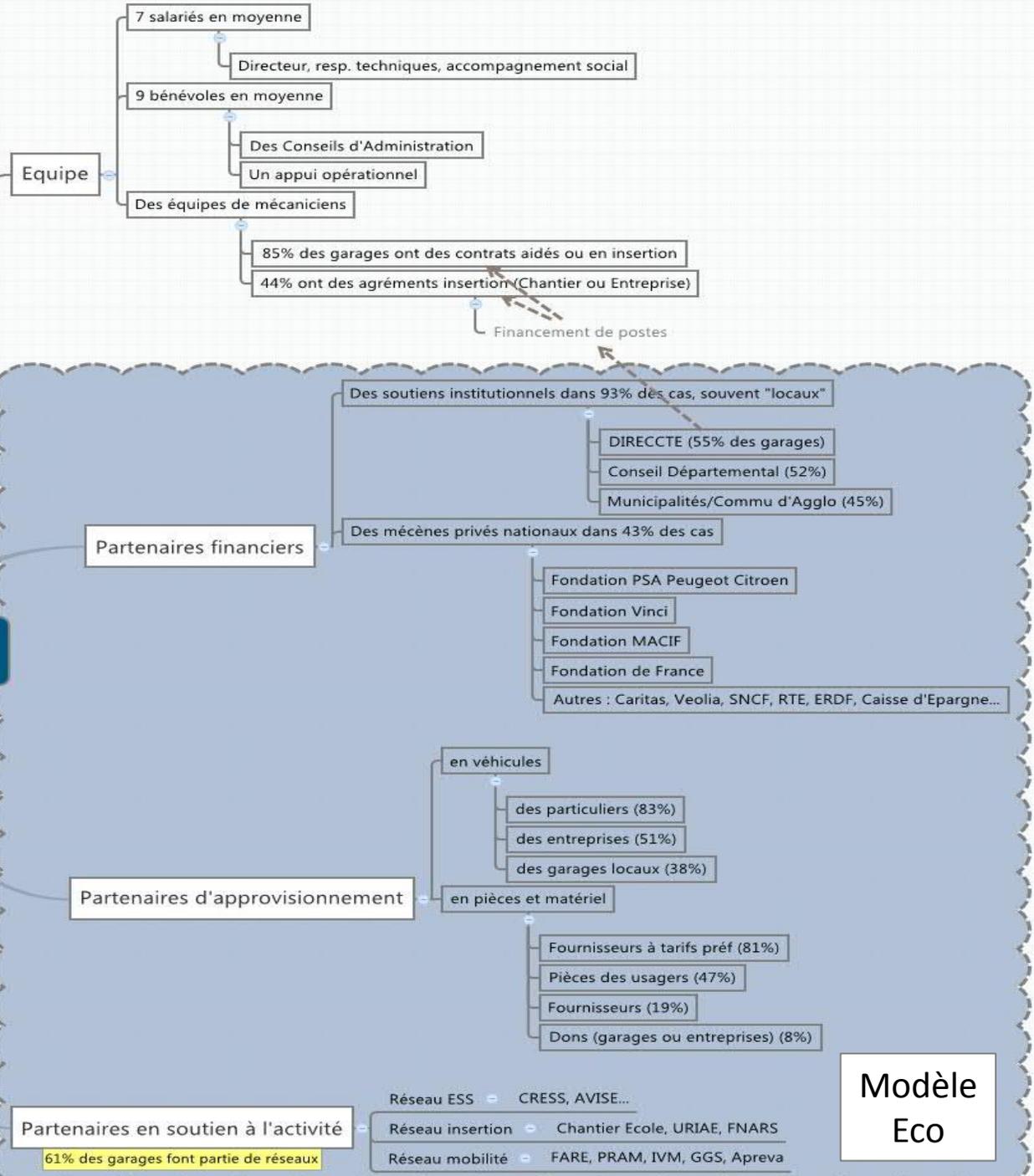
CONCLUSION: ENJEUX ET OPPORTUNITES DU SECTEUR

- Une réponse efficace aux besoins sociaux
- Besoins et enjeux de renforcement du secteur
- Opportunité d'une Fédération

ECOSYSTEME DES GARAGES SOLIDAIRES



GARAGE SOLIDAIRE



UNE RÉPONSE EFFICACE AUX BESOINS SOCIAUX



BESOINS	REPONSES
50% des actifs précaires n'ont pas le permis de conduire	<ul style="list-style-type: none">• Les garages peuvent entretenir les flottes d'auto-écoles solidaires, et avoir été créés à cette fin• 9% des structures qui portent des garages portent également une auto-école sociale• Certains garages proposent des locations de véhicules sans permis
60% des actifs précaires n'ont pas accès à un véhicule, ce qui freine notamment leur insertion professionnelle	<ul style="list-style-type: none">• Les garages peuvent collecter, réparer et entretenir des véhicules à visée de location solidaire• 46% des structures qui portent des garages portent également une activité de location solidaire
Seuls 40% des actifs et 56% des retraités en situation de précarité possèdent une voiture	<ul style="list-style-type: none">• 69% garages revendent des véhicules à des publics en situation de précarité• 62% d'entre eux offrent une garantie sur les véhicules vendus• 17% offrent des solutions de microcrédit• 9% proposent des produits d'assurance• Ces services sont assortis d'un conseil à l'achat et à l'entretien du véhicule
Le budget d'entretien/réparation est en moyenne de 50 euros / mois, soit 600 euros par an. Risque de ne pas entretenir son véhicule, pour faire des économies, ce qui met en danger la sécurité et la mobilité à long terme	<ul style="list-style-type: none">• L'entretien est au cœur de la définition et de l'activité de tous garages.• Les tarifs horaires de main d'œuvre pratiqués sont de 25 à 40% des tarifs de marché.• Les garages proposent des pièces à prix solidaire, ou permettent à leurs publics d'acquérir leurs propres pièces auprès de revendeurs bon marché ou de casses.• 9% des garages proposent des formations.• 29% ont un self-garage ou les publics peuvent apprendre et pratiquer la mécanique.

...MAIS INSUFFISANTE POUR RÉPONDRE À L'AMPLEUR DU BESOIN



Une capacité humaine et logistique limitée pour faire face aux besoins sociaux trop importants

Des modèles économiques fragiles qui dépendent des soutiens institutionnels qui varient d'un territoire à l'autre

Certains territoires dépourvus de garages ou de réponses adaptées

Une qualité des services à garantir, dans un cadre associatif avec des dispositifs d'insertion

BESOINS ET ENJEUX DE RENFORCEMENT DU SECTEUR



BESOINS

ENJEUX

Améliorer la lisibilité et la visibilité du secteur

(pas de définition partagée, peu de documentations sur le sujet, de sites internet, d'adhésions à des réseaux spécialisés)

=> Accompagner le développement du secteur

- Répondre plus largement aux besoins des publics
- Mobiliser des ressources financières et renforcer le modèle économique
- Renforcer la reconnaissance institutionnel du secteur

Faciliter la rencontre et les échanges entre garages (des garages souvent isolés ou des liens informels, sans vision globale du secteur, un souhait d'échanges de bonnes pratiques)

=> Soutenir leur professionnalisation et les aider à innover

- Capitaliser sur les travaux de diagnostics réalisés
- Faciliter la professionnalisation des garages
- Créer des synergies stratégiques et opérationnelles

Mettre en place une offre de formation adaptée

47% des garages déclarent manquer de compétences en gestion.

> Pour les porteurs de projets, les permanents et les salariés en insertion

=> Soutenir la professionnalisation du secteur et assurer la sécurité et la qualité des services proposés

Mutualiser des leviers d'approvisionnement (pièces, véhicules, assurances, outils de gestion)

=> Renforcer les modèles économiques

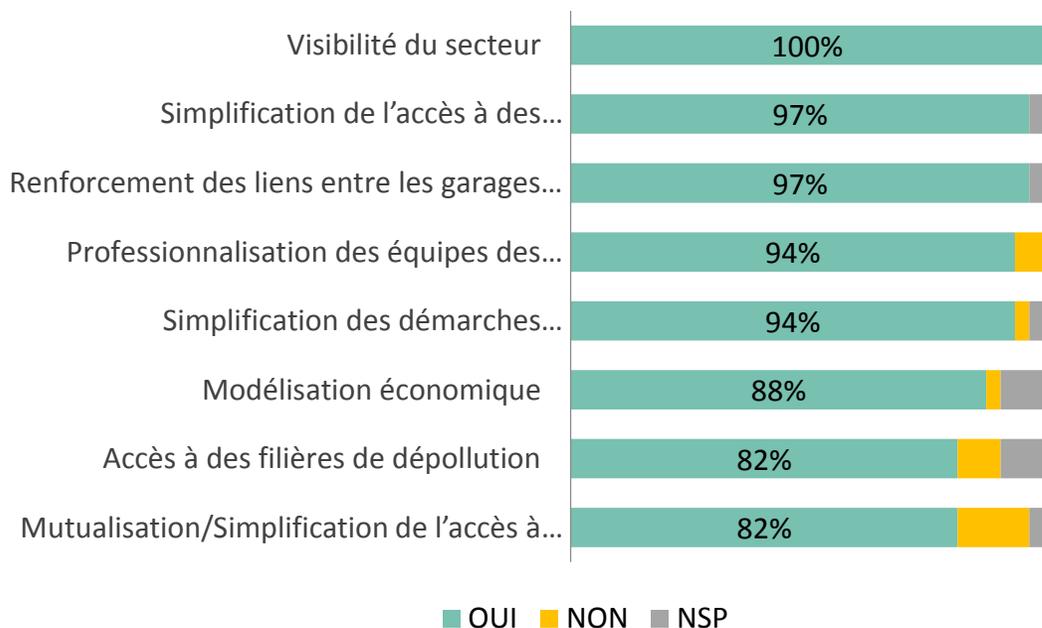
-

=> Pousser les réflexions communes sur l'auto-mobilité

RÉSEAU OU FÉDÉRATION DU SECTEUR : QUELLES OPPORTUNITÉS ?

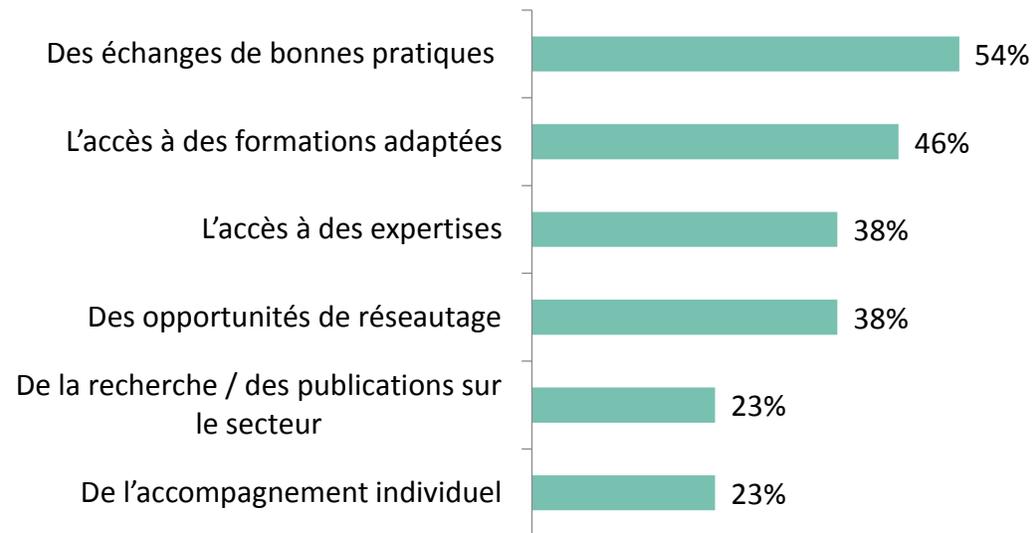


A quels besoins des garages solidaires un réseau / une fédération pourrait-il répondre ?



Des attentes qui font échos aux besoins :

Qu'attendriez-vous d'une telle fédération / d'un tel réseau ?



⇒ Des garages qui saluent globalement l'idée d'un réseau ou d'une fédération qui pourrait les aider à progresser et faire progresser le secteur.

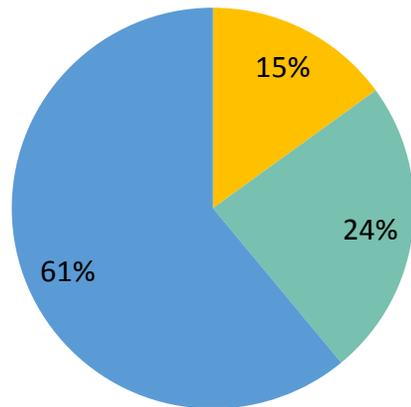
⇒ Un fort intérêt : **78%** des garages souhaitent être contactés sur les projets de fédération pour en savoir plus.

DES ENJEUX DE COMPLÉMENTARITÉ AVEC LES RÉSEAUX EXISTANTS



Connaissez-vous des réseaux associatifs ou professionnels qui appuient les acteurs de votre secteur ?

■ Non ■ Oui, j'en ai entendu parler ■ Oui, j'en fais partie



« Il faut des fondations et des grands groupes qui donnent leur avis au sein de la Fédération, et pas que des garages solidaires. Il faut ouvrir. » - Un directeur de garage

61% des garages font partie de réseaux. Ces réseaux sont de 3 types (par ordre de fréquence):

- Des réseaux de l'ESS (CRESS, AVISE ...)
- Des réseaux de l'insertion par l'activité économique (Chantier Ecole, URIAE, FNARS...)
- Des réseaux du secteur de la mobilité solidaire, et notamment des réseaux émergents de garages (FARE, Réseau Apreva, Groupement des Garages Solidaires, PRAM)

⇒ Cela reflète bien la particularité des garages solidaires qui appartiennent à ces 3 secteurs

Les garages attendent une complémentarité avec l'existant :

- Ne pas s'isoler des autres acteurs de la mobilité, inclure entreprises et fondations
- Un ancrage locale nécessaire, « à l'image de la CRESS »

RÉSEAUX ET FÉDÉRATIONS : DES PISTES DE SOLUTION EN COURS DE CRÉATION ET DE DÉPLOIEMENT



BESOINS ET LEVIERS PROPOSES PAR LES RESEAUX	RESEAUX
Améliorer la lisibilité et la visibilité du secteur (charte, observatoire, lobby...)	GGG
Déployer des garages pour répondre à l'ampleur du besoin (essaimage, appui à la création, appui au lancement de services, formation des porteurs)	GGG, FARE, APREVA
Partager les bonnes pratiques (boite à outils, plateforme d'échanges, identification de garages ressources)	GGG, APREVA
Professionaliser les acteurs (formation, appui conseil, reconnaissance des métiers)	GGG, APREVA, FARE
Améliorer l'approvisionnement en véhicules	APREVA, PRAM
Améliorer l'approvisionnement en pièces / équipements	GGG
Négocier des tarifs sur les principaux postes de dépenses des garages (logiciel, assurance...)	GGG