



ÉTUDES ÉCONOMIQUES

# PROSPECTIVE

Usages novateurs de la voiture et nouvelles mobilités

## Synthèse

**CGDD**

Commissariat général  
au Développement durable

**DGE**

DIRECTION GÉNÉRALE  
DES ENTREPRISES

**PIPAME**

Pôle interministériel de Prospective et d'Anticipation  
des Mutations économiques

Date de parution : Janvier 2016  
Couverture : Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin  
Édition : Martine Automme, Nicole Merle-Lamoot

ISBN : 978-2-11-139394-3

# Usages novateurs de la voiture et nouvelles mobilités



Synthèse





**Le Pôle interministériel de Prospective et d'Anticipation des Mutations économiques (Pipame)** a pour objectif d'apporter, en coordonnant l'action des départements ministériels, un éclairage de l'évolution des principaux acteurs et secteurs économiques en mutation, en s'attachant à faire ressortir les menaces et les opportunités pour les entreprises, l'emploi et les territoires.

Des changements majeurs, issus de la mondialisation de l'économie et des préoccupations montantes comme celles liées au développement durable, déterminent pour le long terme la compétitivité et l'emploi, et affectent en profondeur le comportement des entreprises. Face à ces changements, dont certains sont porteurs d'inflexions fortes ou de ruptures, il est nécessaire de renforcer les capacités de veille et d'anticipation des différents acteurs de ces changements : l'État, notamment au niveau interministériel, les acteurs socio-économiques et le tissu d'entreprises, notamment les PME. Dans ce contexte, le Pipame favorise les convergences entre les éléments microéconomiques et les modalités d'action de l'État. C'est exactement là que se situe en premier l'action du Pipame : offrir des diagnostics, des outils d'animation et de création de valeur aux acteurs économiques, grandes entreprises et réseaux de PME/PMI, avec pour objectif principal le développement d'emplois à haute valeur ajoutée sur le territoire national.

Le secrétariat général du Pipame est assuré par la sous-direction de la Prospective, des Études et de l'Évaluation Économiques (P3E) de la direction générale des Entreprises (DGE).

**Les départements ministériels participant au Pipame sont :**

- le ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique/Direction générale des Entreprises ;
- le ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie ;
- le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt ;
- le ministère de la Défense/Direction générale de l'Armement ;
- le ministère du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du Dialogue social/Délégation générale à l'Emploi et à la Formation professionnelle ;
- le ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes/Direction générale de la Santé ;
- le ministère de la Culture et de la Communication/Département des Études, de la Prospective et des Statistiques ;
- le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche ;
- le ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports ;
- le Commissariat général à l'Égalité des territoires (CGET), rattaché au Premier ministre ;
- le Commissariat général à la stratégie et à la prospective (CGSP), rattaché au Premier ministre.



## **Avertissement**

La méthodologie utilisée, ainsi que les résultats obtenus, relèvent de la seule responsabilité des prestataires (Tech2Market et Gerpisa) qui ont réalisé cette étude. Ils n'engagent ni le Pipame, ni la DGE, ni le CGDD. Les parties intéressées sont invitées, le cas échéant, à faire part de leurs commentaires à la DGE et au CGDD qui ont demandé cette étude.



## MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE

Noël LE SCOUARNEC	DGE, bureau de l'Animation des Études et de la Prospective
Ange MUCCHIELLI	DGE, bureau de l'Animation des Études et de la Prospective
Alice METAYER-MATHIEU	DGE, bureau de l'Animation des Études et de la Prospective
Emmanuel CLAUSE	DGE, bureau de l'Industrie automobile
Stéphane TASZKA	CGDD, bureau des Politiques de Mobilité et d'Aménagement durables
Mathieu VERDURE	CGDD, bureau des Politiques de Mobilité et d'Aménagement durables
Silvano DOMERGUE	CGDD, bureau des Politiques de Mobilité et d'Aménagement durables
Halvard HERVIEU	CGDD, bureau des Politiques de Mobilité et d'Aménagement durables
Marjorie DOUDNIKOFF	DGEC, direction générale de l'Énergie et du Climat
Lisa SUTTO	DGEC, direction générale de l'Énergie et du Climat
Mathieu CHASSIGNET	Ademe, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie
Jean-Luc HANNEQUIN	CCI Rennes, projet "Bretagne Mobilité augmentée"
Julie GOZLAN	DGITM, direction générale des Infrastructures, des Transports et de la Mer
Christophe SAROLI	Cérema, centre d'Études et d'Expertise sur les Risques, l'Environnement, la Mobilité et l'Aménagement
Christine RAYNARD	France Stratégie
Anne-Marie FREDERIC	ADF, Assemblée des Départements de France
Olivier PAUL-DUBOIS-TAINE	IESF, Ingénieurs et Scientifiques de France
Claire MARTIN	IMD, Institut de la Mobilité durable
Patricia JONVILLE	VeDeCoM, Institut français de Recherche dédié à la Mobilité décarbonée et durable
Marie ELDIN	Mov'eo, Pôle de compétitivité en R & D Automobile et Transports publics
Cédric BAECHER	Nomadéis, Cabinet de conseil en développement durable
Stéphane LÉVESQUE	URF, Union routière de France



La conduite des entretiens et la rédaction du rapport dont est tirée cette synthèse ont été réalisées par les organismes :

**TECH2MARKET**

74, rue de Bonnel  
69423 Lyon  
Tél. : +33 (0)4 78 82 84 33  
[www.tech2market.fr](http://www.tech2market.fr)

**GERPISA**

École Normale Supérieure  
61, avenue du Président Wilson  
94235 Cachan  
Tél. : +33 (0)1 47 40 68 53  
[www.gerpisa.org](http://www.gerpisa.org)

**Direction :**

Bernard JULLIEN, GERPISA  
Benoit RIVOLLET, Tech2Market

**Experts :**

David AFRIAT, Tech2Market  
Emmanuelle DUTERTRE, ESSCA  
Blaise CAVALLI, Tech2Market  
Julia HILDERMEIER, GERPISA  
Axel VILLAREAL, GERPISA

# CADRAGE ET OBJECTIFS

Aujourd'hui, les « nouvelles mobilités » que représentent le covoiturage et l'autopartage font figure de « nouvelle frontière » pour une partie du monde politique et économique. Elles sont parées des vertus supposées d'une « croissance verte » qui redonnerait l'avantage aux pays et territoires mis à mal par la mondialisation et ses effets désindustrialisant. Ces nouvelles mobilités permettraient, selon cette croyance, de tourner le dos à un <sup>XX</sup><sup>e</sup> siècle où l'on aurait confondu le progrès avec la croissance infinie d'une production industrielle aussi polluante qu'aliénante pour les consommateurs comme pour les travailleurs. Elles permettraient de créer de nouveaux besoins et de nouveaux profits dans la droite ligne des grandes thématiques contemporaines que sont le numérique et l'écologie. Symbole d'une vision « high-tech » de l'écologie, ces nouvelles formes de mobilité sont souvent présentées comme un nouveau paradigme de l'automobile. Celui-ci serait appelé à structurer de nouveaux écosystèmes d'affaires qui permettraient d'amorcer une transition vers « le futur ». Dans la vision dominante, l'industrie automobile serait condamnée à changer ou à disparaître.

Imaginer les potentialités économiques, sociales et environnementales des « nouveaux usages de la voiture et des nouvelles mobilités » nécessite de bien appréhender les besoins de déplacements à l'échelle des territoires. De même, cela impose de prendre en compte les structures industrielles existantes et de déterminer dans quelles mesures elles peuvent jouer un rôle d'accélérateur du changement.

Pour qu'émergent de nouvelles pratiques, les nouvelles mobilités et les nouveaux services automobiles doivent être pensés comme un moyen de répondre aux impératifs sociaux et environnementaux auxquels est confrontée la société française ainsi que son industrie. Plutôt que d'opposer un « ancien monde » de l'automobile à un « nouveau monde » des mobilités partagées, il est possible de créer des « ponts » entre les deux, et de concilier les bénéfices environnementaux de ces nouvelles pratiques, aux impératifs sociaux d'accès à la mobilité, et les bénéfices économiques de préservation et de créations d'emplois sur le territoire. Pour cela, les nouvelles mobilités doivent davantage se développer dans les territoires peu denses et mobiliser les professionnels les plus à même de satisfaire les besoins de mobilité des ménages français.

Cette étude évalue les potentialités d'une telle hypothèse et identifie des voies de transition vers une massification des nouveaux usages automobiles à travers l'établissement d'un panorama complet des nouveaux services de mobilité liés à l'usage de la voiture et l'identification de leur place dans le système de transport, notamment en précisant leur marché pertinent. Pour cela, il a été nécessaire d'identifier préalablement les caractéristiques de la demande ainsi que les changements de comportements des consommateurs qui la font évoluer.

**Les conclusions de l'étude ont amené la formulation de recommandations orientées par quatre objectifs généraux :**

^ Propositions

- 1) **Faire dialoguer « anciens » et « nouveaux » acteurs en associant les problématiques de la filière automobile aux potentialités offertes par les nouveaux services automobiles.**
- 2) **Favoriser l'intégration des TIC supports au partage des véhicules et en cadrer le plus rapidement possible les développements pour ne pas être dépossédé des données de mobilité collectées.**
- 3) **Faire des pouvoirs publics locaux et nationaux des acteurs exemplaires de l'autopartage et du covoiturage et amorcer une nouvelle offre de véhicules sur les sites existants.**
- 4) **Poser les bases d'une réflexion sur une forme de « fiscalité intelligente » qui intégrerait des modes d'intensification des usages et des transferts de coût de l'usage à la possession.**

# DES PRATIQUES HÉTÉROGÈNES SE DÉVELOPPANT DANS DES CONTEXTES CIBLÉS

---

On observe actuellement le développement progressif de nouveaux usages de la voiture fondés sur l'utilisation plutôt que sur la propriété du véhicule, permettant ainsi un basculement de la possession d'une solution de mobilité à l'usage d'un service.

Portés par les technologies de l'information et de la communication (TIC), ces nouveaux services sont susceptibles de transformer profondément les pratiques de mobilité, tout en modifiant significativement les rapports entre les acteurs – nouveaux et traditionnels – qui contribuent à les mettre en œuvre.

Cette étude s'est focalisée sur les usages novateurs de l'automobile que sont l'autopartage, le covoiturage, et services de VTC.

## La pratique de l'autopartage

D'un point de vue juridique, l'activité d'autopartage est définie par « la mise en commun d'un véhicule ou d'une flotte de véhicules de transport terrestre à moteur au profit d'utilisateurs abonnés ou habilités par l'organisme ou la personne gestionnaire des véhicules. Chaque abonné ou utilisateur habilité peut accéder à un véhicule pour le trajet de son choix et pour une durée limitée »<sup>1</sup>.

Il existe trois grandes catégories de services d'autopartage gérés par des opérateurs tiers :

- les services d'autopartage « en boucle », qui nécessitent de ramener la voiture à son emplacement initial (exemple : réseau Citiz) ;
- les services d'autopartage « en trace directe », qui permettent de déposer le véhicule à un endroit différent, autorisant ainsi un trajet en aller simple (Autolib') ;
- le *free-floating* qui permet la mise à disposition de véhicules à des usagers dans une zone limitée d'agglomération. Les usagers peuvent géolocaliser et réserver un véhicule avec leurs smartphones.

Les services d'autopartage en trace directe sont actuellement en développement et ont encore une présence limitée sur le territoire français. Ils sont essentiellement concentrés dans les grandes agglomérations (Paris, Lyon, Bordeaux, Nice, La Rochelle) et se positionnent sur un créneau proche de celui du transport en commun en zones denses, proposant aux voyageurs une alternative aux modes existants (bus, métro, train, tramway, vélo). Concernant les véhicules mis à disposition en autopartage dans les villes, le groupe Bolloré fait figure de *leader* avec près de 3 000 véhicules électriques en service entre Paris (Autolib'), Lyon (Bluely) et Bordeaux (Bluecub). D'autres opérateurs interviennent dans quelques autres villes (voir tableaux 5 et 6 dans le rapport).

**Les offres d'autopartage actuelles sont principalement utilisées dans les agglomérations denses, par des hommes, issus de CSP+, en complément ou en substitution des transports en commun existants.**

Tout comme les travaux du bureau d'études 6-T, le rapport souligne que la focalisation des offres d'autopartage sur **la solution en « trace directe » initiée par Bolloré ne contribue que partiellement au report modal et à la dépossession** et peut favoriser une réhabilitation de l'usage de la voiture en ville. Dès lors, cette solution de mobilité, qui nécessite un investissement financier important des collectivités et la mise à disposition d'espaces de voirie, apparaît relativement sous-optimale. D'un autre côté, **les services « en boucle » permettent davantage aux usagers de se dispenser de l'achat d'une voiture, mais leur développement reste aujourd'hui limité.**

---

<sup>1</sup> Code des transports, article L1231-14.

## La pratique du covoiturage

L'activité de covoiturage est juridiquement définie comme « l'utilisation en commun d'un véhicule terrestre à moteur par un conducteur et un ou plusieurs passagers, effectuée à titre non onéreux, excepté le partage des frais, dans le cadre d'un déplacement que le conducteur effectue pour son propre compte. Leur mise en relation, à cette fin, peut être effectuée à titre onéreux... »<sup>2</sup>.

Plusieurs formes de covoiturage peuvent être distinguées :

- Le covoiturage intercités (ou longue distance)

Le covoiturage intercités concerne principalement les jeunes actifs et les étudiants, y compris adolescents, non motorisés pour la plupart, et qui travaillent ou étudient loin de chez eux.

Il s'agit de la forme de covoiturage qui recueille le plus fort écho médiatique grâce, notamment, au succès de l'entreprise Blablacar. Cette plateforme se positionne comme le *leader* européen du covoiturage intercités et revendique près de 10 millions d'abonnés en 2014, avec un volume de trajets proposés en progression de plus de 200 % par an et plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires.

- Le covoiturage domicile-travail

Le covoiturage domicile-travail concerne les trajets pendulaires quotidiens effectués par les ménages. Selon l'Ademe, il représente actuellement 3 % des déplacements domicile-travail et concerne principalement les personnes travaillant dans une même entreprise, dont les trajets sont supérieurs à 20 kilomètres et qui ont des difficultés de stationnement, soit au départ, soit à l'arrivée.

- Le covoiturage dynamique

Il s'agit d'une forme très récente de covoiturage, basée sur l'existence et le développement des TIC, notamment *via* les applications smartphons de géolocalisation. Le covoiturage dynamique associe ces nouvelles technologies aux besoins de mobilité en zone urbaine en permettant de synchroniser, en temps réel, les demandes et les offres de trajets.

**Contrairement à l'autopartage, le covoiturage semble être une pratique répandue de façon plus homogène et davantage répartie entre les diverses catégories de zones d'habitation. Des différences notables se profilent en fonction du type de covoiturage effectué (courte ou longue distance), et du statut du covoitreur (passager ou conducteur). On remarque ainsi que les conducteurs sont majoritairement des hommes de plus de 30 ans issus des CSP+, alors que les passagers sont plus majoritairement des femmes ou des étudiants aux budgets limités.**

Aujourd'hui, le succès retentissant de Blablacar sur le covoiturage longue distance (ou intercités) tend à créer une distorsion des représentations et à ancrer l'idée selon laquelle cette pratique entre dans les mœurs des ménages. Or, l'offre de Blablacar ne concerne qu'un seul versant du covoiturage et il existe une multitude d'acteurs, de différentes tailles, qui se positionnent sur les différentes autres pratiques existantes.

Cependant, en dehors de Blablacar, qui continue son expansion sur le covoiturage intercités à l'international, les autres services peinent à croître et à atteindre la masse critique nécessaire à la rentabilité de l'offre. C'est pourtant à travers les trajets domicile-travail et le covoiturage courte distance que se trouvent les plus gros réservoirs de demandes et d'actions pour réduire l'impact social, environnemental et urbain de l'automobile.

## Les services des VTC

En France, les VTC sont une extension de la profession de « chauffeur de grande remise » qui se caractérise par la mise à disposition de voitures haut de gamme avec chauffeur sur commande et pour une destination définie. Autrefois réservé aux voitures spéciales comme les Limousines et autres véhicules de grande remise, le métier de « chauffeur » s'est étendu aux véhicules de transport et de tourisme, constituant aujourd'hui un segment de marché grandissant. Le succès croissant de ce service est venu du développement d'applications comme celle d'Uber, permettant de simplifier considérablement la démarche de réservation.

Selon les sources, il y aurait entre 2 000 et 6 500 chauffeurs indépendants travaillant par le biais des réseaux VTC, à côté des 17 700 taxis recensés en Île-de-France. En incluant UberPop, ce chiffre s'élèverait à 10 000<sup>3</sup>. Tous acteurs confondus, le volume d'affaires du secteur représenterait trois milliards d'euros, avec une part de 50 à 100 millions d'euros dévolue aux seuls VTC.

<sup>2</sup> Code des transports, article L3132-1.

<sup>3</sup> « Taxis contre Uber : où sont les chiffres ? », Le Monde, 25 juin 2015.

Cependant, plusieurs affaires visant Uber sont venues entacher la réputation du *leader* du secteur et ralentir sa croissance. Que ce soit en France ou aux États-Unis, l'entreprise a fait l'objet de plusieurs plaintes mettant en cause l'illégalité de certaines composantes du service, ainsi que le traitement des chauffeurs. En France, le service « Pop » a été suspendu en juin 2015.

# À L'ÉTRANGER, DES DÉVELOPPEMENTS TOUT AUSSI HÉTÉROGÈNES

---

La comparaison internationale conduite avec trois autres pays hébergeant chacun d'importants constructeurs automobiles – l'Allemagne, le Japon et les États-Unis – met en évidence le développement des nouveaux services, disposant de potentiels prometteurs, sur la base toutefois de contextes et de politiques locales relativement hétérogènes.

Si **en Allemagne**, le développement de l'autopartage est significatif et, à certains égards, « exemplaire », il est principalement le résultat de la **conjonction entre la volonté de constructeurs nationaux prospères et prêts à investir lourdement, des gestionnaires de parkings et des transporteurs publics**. Désireux d'étendre leur influence à de nouvelles clientèles (notamment les jeunes de moins de 30 ans) et de composer avec des politiques publiques cherchant à limiter la place de l'automobile, les constructeurs « *premium* » préparent leur avenir en Allemagne et ailleurs en développant – avec des loueurs courte durée – leur offre de véhicules en partage.

**Au Japon**, l'autopartage est également le produit de la **volonté de Toyota d'introduire ses véhicules hybrides sur le marché et de l'investissement des gestionnaires de parkings qui trouvent dans ce nouveau service, un moyen de limiter la congestion de leurs surfaces d'exploitation et de capter de nouveaux clients**. Dans le contexte d'une politique de l'énergie qui cherche depuis longtemps à limiter les importations d'hydrocarbures, ce triptyque « nouvelles motorisations – politique du parking – politique énergétique » dessine un paysage des nouveaux usages automobiles spécifique et particulièrement porteur.

**Aux États-Unis, les structures urbaines et leurs étendues sont très largement favorables à l'usage de l'automobile individuelle et l'autopartage, bien qu'en progression, ne touche encore qu'une minorité de la population et se conçoit comme un service complémentaire et non comme une tendance de fond**. Un peu comme en France, on en perçoit très clairement le potentiel mais les chiffres ne permettent pas pour l'heure de le révéler.

Cette rapide comparaison permet de souligner un point essentiel : **le développement des offres d'autopartage des pays étudiés est très fortement dépendant des stratégies des constructeurs locaux et des ressources (financières et politiques) dont ils disposent pour investir dans des services « annexes » à leur activité historique**.

**Que ce soit en Allemagne ou au Japon, les services partagés sont d'abord et avant tout des moyens pour les firmes automobiles locales de faire valoir des options technologiques « innovantes », de toucher des clientèles nouvelles et de développer avec la puissance publique une relation pacifiée**. Parallèlement, les deux pays font face à des problèmes de congestion automobile et de limitation des espaces de voirie dans les grands centres urbains qui poussent les gestionnaires de parkings à diversifier leur approche et à s'investir dans ce type de solution de mobilité.

La singularité des configurations que révèle ce *benchmark* indique que les questions d'automobilité ont un caractère idiosyncrasique : elles se situent au carrefour de configurations géographiques et démographiques, de politiques urbaines et d'aménagement des territoires, des politiques énergétiques et des politiques industrielles et de l'innovation. Cet entrecroisement rend l'importation de solutions élaborées dans un contexte spécifique difficilement transposable.

## Enjeux pour les acteurs français

**En France, les constructeurs et les gestionnaires de parkings sont davantage en retrait et n'émettent pas, *a priori*, le souhait de s'engager financièrement ou stratégiquement dans cette voie.** Si Renault et PSA se sont engagés dans certains projets expérimentaux (Seine-Aval, Twizy Way, Autobleue, etc.) afin de promouvoir leurs véhicules électriques, ils ne semblent pas vouloir développer, à l'instar de Daimler ou BMW, des services d'autopartage qu'ils gèreraient seuls et exigeraient d'eux un engagement financier lourd et de long terme sans assurances de retour. **Ce choix est probablement dicté par le faible intérêt stratégique qu'attribuent les constructeurs français à la question des nouveaux usages comparé aux deux questions clés : premièrement les nouvelles technologies qui seront demain au cœur de la définition des prestations des automobiles (nouvelles motorisations, allègement et connectivité), et deuxièmement l'intercontinentalisation de leurs productions et de leurs politiques produits.**

Dans la mesure où ces doubles engagements impliquent de lourds investissements alors que leur rentabilité peine à se maintenir dans la moyenne mondiale, **les constructeurs français se montrent plus « sélectifs » dans le choix de leurs investissements que ne le sont d'autres constructeurs plus à même de dégager le *cash* nécessaire.** Là où leurs concurrents allemands *premium* ou des nouveaux entrants comme Bolloré peuvent afficher des velléités de diversification et d'investissement dans des projets coûteux à but marketing, les constructeurs français opposent un certain pragmatisme qui les conduit à la prudence. **Leur engagement semble davantage destiné à préserver l'option et à être prêt à l'exercer plutôt qu'à élaborer des solutions technologiques et organisationnelles destinées à faire en sorte que les nouveaux usages automobiles s'imposent.**

Ceci signifie, selon le rapport, que la configuration française des nouveaux usages doit être examinée en tenant compte de cette spécificité : les constructeurs faisant preuve en la matière d'une certaine prudence, c'est autant auprès de leurs *challengers* qu'auprès d'eux qu'il faut aller enquêter pour saisir comment ces développements s'opèrent, quels chemins ils dessinent et – éventuellement – quels modèles d'affaires s'en dégagent.

Dans cette perspective, les acteurs liés aux transports publics et aux politiques nationales et locales des transports paraissent susceptibles de jouer un rôle clé. De nouveaux entrants comme Bolloré, Blablacar, Ouicar ou Drivy semblent jouer les premiers rôles et faire de la France un pays plus proche des États-Unis que de l'Allemagne ou du Japon.

# EXISTENCE D'UN « RÉSERVOIR DE DEMANDE » EN FRANCE

---

L'examen détaillé de la situation des ménages en France face à leurs besoins de déplacement souligne l'existence d'un « réservoir de demande » pour les nouveaux services de mobilité liés aux usages novateurs de la voiture.

Il est ressorti de ce travail que **les efforts faits pour innover en matière de rationalisation des usages du parc automobile, notamment l'autopartage, ciblent des publics et des territoires dont les besoins de mobilité sont parmi les moins contraints.**

Les différentes enquêtes sur l'autopartage indiquent que ce sont dans les quintiles supérieurs que se recrutent l'essentiel de la demande de services. Par ailleurs, ces publics se localisent principalement en milieu urbain de plus de 100 000 habitants, là où le parc automobile est le moins important et où l'offre de transports publics est particulièrement développée.

Pour le covoiturage, la situation est plus nuancée puisque les offres et les pratiques sont mieux diffusées sur le territoire et au sein des différents quintiles. Cependant, tandis que le covoiturage domicile-travail semble bien réparti au sein de la population française, le covoiturage longue et moyenne distances reste principalement l'apanage des agglomérations de plus de 100 000 habitants.

Or, le rapport montre que **c'est dans les zones les moins denses, notamment en milieu rural, que les besoins de mobilité sont les plus criants.** Très fortement contraints à l'achat et à l'entretien d'un véhicule, les ménages ruraux sont ceux qui, numériquement, font le plus de kilomètres, rejettent le plus de CO<sub>2</sub> dans l'atmosphère et participent le moins au chiffre d'affaires des constructeurs automobiles

**Alors que le besoin d'offres alternatives à l'achat d'un véhicule y est le plus patent, aucun des services de mobilité aujourd'hui existant ne répond à cette demande potentielle ni ne s'apprête à le faire.**

Une analyse fine a ainsi été conduite, sur la base de données statistiques, pour apprécier la situation des ménages face à leurs besoins de mobilité liés à l'automobile. La population des ménages français est segmentée en 25 catégories obtenues par le croisement de cinq types de zones géographiques, appréhendées en fonction de la densité démographique et de cinq quintiles de revenus. Les variables considérées se rapportent aux taux et à la structure d'équipement des ménages (parcs automobiles et taux d'équipement, âges moyens des parcs...) et aux critères de déplacements (kilomètres parcourus, part modale de l'automobile, taux d'occupation des véhicules...). À partir de ces caractéristiques, sont évaluées les consommations en carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>.

Les dépenses automobiles des ménages, segmentées de la même façon, permettent, d'une part, d'évaluer leur structure budgétaire en matière de mobilité et, d'autre part, de renseigner les volumes d'affaires et d'emplois des offres correspondantes (dans la mesure où les dépenses des ménages renvoient à du chiffre d'affaires pour les professionnels).

Cette démarche conduit aux principaux constats suivants :

- le parc le plus ancien est aujourd'hui majoritairement détenu par les ménages les moins aisés des quintiles Q1 et Q2 habitant en zone rurale ;
- les dépenses d'utilisation sont relativement homogènes et ce, quels que soient les revenus des ménages ;
- c'est sur l'acquisition que s'ajuste la répartition des dépenses automobiles, notamment au sein des quintiles Q1 et Q2 (les plus faibles) des zones rurales. Ainsi, toute augmentation des coûts d'utilisation va mécaniquement influencer sur les dépenses d'acquisition de ces quintiles.

**Un important potentiel de demande, toutefois non exprimé à ce stade, repose donc sur les catégories de ménages situées dans les zones les moins denses et dans les quintiles de revenus les plus faibles.**

Les espaces ruraux et périurbains se caractérisent en effet par des contraintes de mobilité importantes et largement dépendantes de la voiture, compte tenu des distances à parcourir et d'un maillage plus éparé des transports en commun. Les ménages appartenant aux quintiles de revenus les plus faibles, qui ressentent plus



lourdement les dépenses automobiles au sein d'une structure budgétaire davantage contrainte, compensent l'augmentation des frais d'utilisation de la voiture au détriment des frais d'acquisition de véhicules plus propres et performants. Ils pourraient ainsi voir dans les nouveaux services la possibilité de satisfaire leurs besoins de mobilité automobile sur la base de frais partiellement partagés.

## **Perspectives de développement des nouveaux usages en zones périurbaines et rurales**

Il est important de noter que ce sont dans les zones les plus denses que se pose avec acuité le problème de congestion. Si l'objectif de ces nouveaux services est prioritairement de résoudre ce problème, alors la structuration de la demande actuelle permet de partiellement répondre à ces problématiques.

Se posent alors deux questions :

- 1) Comment atteindre les ménages les plus contraints par leur mobilité et ainsi réduire l'impact du parc vieillissant sur l'environnement tout en répondant à une demande sociale ?
- 2) Comment évaluer les effets des nouvelles offres de mobilité à long terme s'ils ne prennent pas en compte cette dimension sociale et géographique ?

Dès lors, ce constat nous permet de pointer l'existence d'une forme d'inégalité de traitement face aux besoins de mobilité.

**Il nous incite à penser que le développement des nouvelles mobilités peut – et doit – chercher à répondre à ces problématiques en se positionnant comme des alternatives sérieuses à un équipement très important et peu optimisé des ménages les plus contraints, dans les zones d'habitations les moins denses en particulier.**

Le fait de pouvoir covoiter (ou se faire covoiter – louer son véhicule – être locataire occasionnel ou régulier), a comme principale vertu de **solvabiliser la demande pour une mobilité automobile dans un parc plus récent, plus propre et mieux entretenu.**

**Ainsi, les offres de mobilité permettraient à ces ménages contraints, particulièrement sensibles à leur pouvoir d'achat, de bénéficier d'une alternative à la possession et de pouvoir circuler dans une voiture plus sûre et moins consommatrice que ce qu'ils ont actuellement.**

La concrétisation d'un tel service aurait plusieurs avantages :

- 1) **Elle permettrait aux offres de services de mobilité de toucher une clientèle plus large et dont le potentiel est particulièrement important.** La viabilisation économique de l'offre pourrait être envisagée par une hausse de l'utilisation du parc et par une croissance significative de la demande ;
- 2) **Elle permettrait aux constructeurs de trouver de nouveaux débouchés pour des voitures neuves qui aujourd'hui peinent à se vendre.** Là où trois ménages achètent une voiture d'occasion, ils pourraient dès lors se doter d'une voiture neuve mise en partage ;
- 3) Elle fournirait aux acteurs aval de la filière l'automobile l'occasion et l'opportunité d'innover et d'offrir de nouveaux services ;
- 4) **Elle permettrait de réduire l'impact environnemental des automobiles de plus de dix ans en accélérant le renouvellement** du parc et en lui substituant une offre de services fonctionnant avec des modèles mis au rebut plus vite.

Envisager les nouvelles mobilités dans cette perspective permet de coupler les problématiques liées à ces nouveaux services et ceux qui se posent à la filière automobile, tout en lui assurant une solvabilité économique et politique.

# UNE RENTABILITÉ ET DES MODÈLES ÉCONOMIQUES ENCORE DIFFICILES À TROUVER

---

**L'écoute attentive des acteurs a confirmé que les formes de partage aujourd'hui en fonctionnement se sont développées là où il était à la fois le plus facile et le moins nécessaire de le faire.** Les entretiens réalisés auprès des différents acteurs montrent que ces services ont d'abord cherché à faire décoller les offres là où il y avait le plus de chances que cela marche, c'est-à-dire en agglomération dense, et que toutes les tentatives de sortir de ce spectre se sont soldées par des échecs. Dès lors, là où le monopole de l'automobile et la dépendance des ménages vis-à-vis d'elle est la plus forte, peu de choses ont été entreprises.

De la même manière, le covoiturage a pu se développer là où il était facile qu'il le soit, c'est-à-dire, sur les longues distances, là où le transport public existe mais est plus coûteux et là où les taux d'occupation des véhicules particuliers sont déjà relativement élevés. En revanche, sur les courtes ou moyennes distances, sur le domicile-travail et/ou sur la part majeure des déplacements qui sont effectués pour d'autres motifs, le développement des offres reste encore très limité.

En effet, sur ces trajets-là, la problématique est infiniment plus complexe : en termes d'organisation, on ne sait guère comment rendre le service performant et – surtout – les équations économiques sont insolubles dès lors que les sommes à récupérer pour les covoitureurs sont très faibles. Pourtant, le taux d'occupation des véhicules sur longue distance est moins problématique – en termes d'encombrements en particulier – qu'il ne l'est sur courte et moyenne distances – en milieux urbains et périurbains.

Au-delà des TIC et des possibilités liées à la généralisation de l'équipement et des usages du *smartphone* en matière de nouvelles mobilités, les acteurs interrogés inscrivent volontiers les problématiques des nouvelles mobilités dans les évolutions associées aux réseaux sociaux, au *cloud*, aux *big datas* et aux formes de socialisation qui se développent dans ce contexte. Les communautés et les formes collaboratives sont ici des références centrales.

L'idée d'un renouvellement radical des relations entre les producteurs et les consommateurs impliquant une forme de prise de pouvoir des derniers est également évoquée. Certains acteurs en décrivent un point de vue « révolutionnaire » où rien ne serait désormais comme avant. Les acteurs en place et leurs *business models* traditionnels seraient voués, sinon à disparaître, du moins à être marginalisés.

L'idée que seules des *start-up* seraient en mesure d'exploiter à plein le potentiel de ce nouveau monde complète ce tableau dans lequel vont s'inscrire les nouvelles mobilités. C'est évidemment chez les acteurs des TIC et/ou dans les entreprises créées pour proposer de nouvelles solutions de mobilité que cette « vision » apparaît la plus structurante.

Se dessine donc un tableau des nouveaux usages de l'automobile et de leurs interactions avec les *business* existants et les *business* émergents, assez nuancé et ambigu. Il est marqué par la grande modestie des acteurs face aux mutations en cours. **Plusieurs d'entre eux reconnaissent avoir des difficultés à développer massivement leur activité et commencent à chercher des alliances et/ou des relais auprès des acteurs en place et, en particulier, les garagistes. De même, les constructeurs, très attentifs et plutôt actifs sur les terrains des mobilités, introduisent ces innovations de manière limitée et ne semblent pas disposés à se hâter pour développer de nouveaux services. Cette même stratégie est observable chez les assureurs qui sont tous présents et impliqués dans les projets ou expériences, mais restent très prudents.**

Se dessine tout de même un « nouvel écosystème » qui fait la part belle au covoiturage et à l'autopartage mais qui reste très accueillant aux *business* traditionnels, particulièrement à ceux des constructeurs et des réparateurs qui peuvent trouver là des modes de restauration de la solvabilité de la demande.

## Une pluralité de modèles économiques

Les modèles économiques des nouveaux services liés à l'usage de la voiture sont encore en cours d'écriture et leur stabilisation ne paraît pas achevée. Plusieurs axes semblent se dessiner.

### *Levées de fonds et internationalisation*

**Certains acteurs privilégient une croissance par levées de fonds, escomptant une rentabilité de l'activité fondée sur le ciblage de clientèles présentant une propension avérée pour ce type de services et pouvant donc être conquises à des coûts acceptables (populations urbaines avec forte inclination...).** Leur stratégie de croissance ne consiste pas à conquérir des segments de clients supplémentaires sur le marché domestique, relativement moins accessibles, mais à dupliquer à l'étranger le même type d'offres vis-à-vis de clientèles identiquement ciblées. C'est le cas sur l'autopartage, le VTC, comme sur le covoiturage. Ainsi, Blablacar, Drivy, Uber, Ouicar, etc. ont privilégié l'expansion internationale grâce à la captation de nouvelles ressources, plutôt que l'investissement dans la conquête des publics du « réservoir de demandes » identifié précédemment.

### *Ouverture et diversification de l'activité historique*

**Pour d'autres acteurs, le développement de nouveaux services de mobilité liés à la voiture peut correspondre à une stratégie de diversification de leur activité.** Sans afficher une rentabilité confirmée, ces nouvelles activités viennent alors conforter ou compléter des activités de « cœur de métier ». Ainsi, pour le groupe Bolloré, le développement de services d'autopartage en « trace directe » constitue *de facto* un outil de communication assurant la promotion des batteries développées par sa filiale Batscap fonctionnant sur la base de la technologie Lithium-Métal-Polymère.

Dans un autre registre, la SNCF vise la mise en place d'une offre de service en porte-à-porte, avec la possibilité d'associer le train aux autres modes de transport. Elle a ainsi investi dans des solutions de covoiturage, avec l'acquisition d'Ecolutis en 2013 qui conduira au lancement d'iDvroom en 2014. Par une combinaison entre le train et les nouvelles mobilités, la SNCF entend ainsi confirmer son statut d'acteur majeur de la mobilité.

**La question du financement des nouveaux services, et des perspectives de rentabilité qui le conditionne, se trouve ainsi posée au cœur de la problématique de leur développement.**

Cette interrogation conduit les acteurs traditionnels de la filière automobile (constructeurs, loueurs, assureurs...) à exercer une sorte de « veille prudente », se tenant prêts à investir le terrain des nouvelles mobilités sur lequel ils sont conscients de détenir des atouts importants, voire stratégiques, tout en restant soucieux de ne pas s'engager dans une voie non profitable.

**L'exigence de rentabilité pesant sur les acteurs de la mobilité, que les collectivités publiques peinent à soutenir en raison de contraintes budgétaires fortes, favorise des stratégies de déploiement ciblées sur de nouveaux services laissant à l'écart (ou n'incluant pas) des segments importants de la demande potentielle.**

# POTENTIALITÉS ÉCONOMIQUES ET ENVIRONNEMENTALES DE LA DIFFUSION DES NOUVEAUX USAGES

---

Les scénarios envisagés dans le volet d'analyse prospective de l'étude, ont été élaborés dans la perspective d'être confrontés dans un cadre d'atelier de travail aux appréciations des acteurs concernés. Ils sont au nombre de trois.

- Scénario 1 : « Enrichissement de l'offre intermodale ». Par l'acceptation et l'introduction des nouveaux services, le couple pouvoirs publics/transports publics se donne les moyens d'atténuer l'emprise du « tout automobile ». Ces nouveaux services, certes liés à l'usage de la voiture, s'insèrent en fait dans un ensemble plus vaste de solutions de mobilité suivant des critères modulables. La complémentarité entre les différents modes de transport finit par gagner du terrain sur l'unicité du recours à la voiture.
- Scénario 2 : « Annexion des nouvelles mobilités ». Ce scénario « continuiste » considère les nouveaux usages de l'automobile comme un enrichissement ou une complexification de systèmes d'usages et d'offres automobiles. Les acteurs traditionnels de la filière automobile sont proactifs et viennent compléter et crédibiliser les solutions développées par les nouveaux entrants.
- Scénario 3 : « Partage généralisé et numérisé ». L'ensemble des plateformes existantes deviennent dominantes. Les acteurs traditionnels de la filière automobile et les opérateurs de transports publics doivent s'adapter et connaissent des recentrages fondamentaux de leurs activités.

Une estimation a été réalisée sur les impacts économiques et environnementaux d'un certain nombre de variables concernant les nouveaux usages. Différentes hypothèses ont ainsi été formulées et prises en compte pour tester les effets de variations de divers paramètres tels que la mobilité globale des ménages, la part modale de la voiture, le taux d'occupation des véhicules (effet covoiturage) ou encore l'intensité de leur utilisation (effet autopartage). Ces évaluations ont repris la segmentation détaillée définie pour rendre compte de la situation des ménages, selon des critères démographiques (cinq catégories de zones de différentes densités) et de revenus (cinq quintiles).

Les effets d'un déploiement à grande échelle des usages novateurs de la voiture ont été envisagés sur un ensemble de grandeurs économiques et de critères environnementaux. Ces estimations ont ainsi été conduites, d'une part, sur les volumes d'affaires et d'emplois liés aux variations de la structure des dépenses automobile des ménages et, d'autre part, sur les consommations de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub>.

La caractérisation des scénarios d'évolution a ainsi consisté à considérer qu'autopartage et covoiturage ont vocation à infléchir les modes d'équipement et d'usage des différentes catégories de ménages et à conduire ainsi à des évolutions des structures des parcs, de leur âge, de leurs consommations et émissions et, *in fine*, des dépenses et volumes d'affaires et d'emplois correspondants. Ces solutions impliqueraient l'optimisation d'un parc automobile plus restreint, utilisé plus intensément et davantage renouvelé.

Les résultats obtenus permettent donc de distinguer les effets découlant des différentes hypothèses formulées entre les scénarios.

## Scénario 1

Le scénario 1 place l'évolution des nouveaux usages sous le *leadership* du couple « pouvoir publics / transports publics » qui voient dans le développement de services partagés une opportunité de renforcer l'intermodalité entre les différents modes transport, y compris publics. Cet essor des usages novateurs de la voiture dans un lien plus resserré avec les autres modes de déplacement conduit ainsi à envisager, en fin de scénario, une **diminution globale de 5 % de la part modale de la voiture au sein de l'ensemble des moyens de transport, pour un niveau de mobilité des ménages qui resterait inchangé.**

Les autres variables du modèle sont soumises, en moyenne, aux hypothèses d'évolution suivantes sur la durée (15 ans) du scénario : **le taux d'occupation des véhicules (qui traduit l'effet covoiturage) augmenterait de 10 %, le kilométrage unitaire par véhicule (se rapportant à l'effet autopartage) croîtrait de 17 %.** En outre, l'intensité des kilomètres parcourus par les véhicules du « parc partagé » serait quatre fois supérieure à celle du parc traditionnel, ou « parc utilisé comme avant », parce que les flottes correspondantes seraient principalement dédiées à ce type d'usages et gérées par des opérateurs de transport soucieux d'en optimiser l'utilisation.

**Au final, les résultats de ce scénario conduisent à des réductions d'ensemble de 26 % du « parc nécessaire », de 18 % des consommations de carburant et de 12 % des émissions de CO<sub>2</sub>.** Les dépenses des ménages décroissent de 19 % et, corrélativement, l'emploi diminue de 12 %. L'impact de la diminution de ces dépenses sur l'emploi est partiellement amorti du fait notamment que la configuration des nouveaux services envisagée dans ce scénario implique un renouvellement particulièrement fréquent des véhicules du « parc partagé », au sein d'un parc total certes réduit, qui contribue à préserver le chiffre d'affaires et l'activité des constructeurs automobiles.

## Scénario 2

Le scénario 2, qualifié de « continuiste », est porté de façon plus homogène par l'ensemble des acteurs contribuant à la chaîne de valeur des usages novateurs : les acteurs traditionnels de la filière automobile conservent un rôle clé en diversifiant leur activité vers ces nouveaux services, alors que les nouveaux entrants apportent de leur côté des solutions qui stimulent cette activité. De leur côté, les ménages jouent également le jeu du partage de leurs véhicules.

N'étant plus l'apanage des opérateurs de transport comme dans le scénario précédent, le « parc partagé » s'étend désormais sur une échelle plus large et diffuse, mais son utilisation est, en conséquence, moins intense. Ce scénario repose donc sur une chaîne d'acteurs plus vaste, mieux répartie sur le territoire, atteignant des zones moins denses et relativement moins couvertes par les transports en commun. Or, l'analyse de la demande a montré que dans ces espaces géographiques, la mobilité est davantage contrainte et subordonnée à la détention, relativement coûteuse, de la voiture particulière. L'arrivée de nouveaux services offre alors aux ménages la possibilité d'effectuer des déplacements, sur une base de coûts mutualisés, auxquels ils auraient renoncé auparavant. **L'accroissement de mobilité qui en résulte correspond à un « effet rebond ».** Il est à noter que cet effet concerne aussi les quintiles de revenus les plus faibles qui verraient leur contrainte budgétaire liée au transport desserrée par l'accès à des tarifs partagés. Les caractéristiques d'une large diffusion des nouveaux services sur l'ensemble du territoire national, telle qu'envisagée dans ce scénario, conduisent donc à imaginer une **augmentation de la mobilité globale des ménages de 2 %, toutefois sans transfert entre les différents modes de transport.** L'absence de report modal vers les transports en commun retenue ici s'explique par le fait, d'une part, que les opérateurs de transport n'exercent pas de *leadership* particulier et, d'autre part, que les nouveaux services se propagent aussi dans des zones peu denses où ces modes de transport sont moins développés.

Par ailleurs, **le taux d'occupation des véhicules (effet covoiturage) augmenterait de 15 % et le kilométrage moyen par véhicule (effet autopartage) de 25 %.** Le « parc partagé », relevant d'une offre plus diffuse, serait d'un usage moins intense que dans le scénario précédent et verrait son utilisation portée à seulement deux fois celle du « parc utilisé comme avant ».

**Au final, les résultats de ce scénario conduisent à des réductions d'ensemble de 30 % du « parc nécessaire », de 13 % des consommations de carburant et de 11 % des émissions de CO<sub>2</sub>.** Au regard du scénario précédent, l'extension du « parc partagé » sur une échelle plus vaste explique une diminution plus importante du « parc nécessaire » total. En revanche, l'augmentation de la mobilité, conjuguée à une part modale de l'automobile maintenue constante, contribue à des réductions de consommation de carburant et d'émission de

CO<sub>2</sub> relativement moins importantes. Les dépenses des ménages décroissent de 20 % et, corrélativement, l'emploi diminue de 12 %. La proximité de ces résultats avec ceux du scénario précédent s'explique principalement par l'effet de réduction du « parc nécessaire » total (relativement proche entre les deux scénarios) sur les volumes et les structures d'affaires.

### Scénario 3

Le scénario 3 voit la croissance des nouveaux services impulsée par l'émergence et la montée en puissance des nouveaux entrants, dans un contexte où les acteurs traditionnels n'ont d'autre choix que de s'adapter aux nouvelles orientations. De même, la contrainte budgétaire des opérateurs de transport et des acteurs publics les incite à voir dans un tel essor l'opportunité de répondre aux besoins de mobilité avec un engagement de leur part qui pourrait être allégé. Les impératifs économiques des nouveaux entrants les poussent à cibler de façon privilégiée les segments de clientèle leur assurant la meilleure rentabilité dans leurs stratégies de déploiement d'activité et d'investigation de leur nouveau marché.

Dès lors, les tendances spontanées perçues dans l'état des lieux réalisés précédemment se confirment et s'accroissent : prioritairement, les nouveaux acteurs se positionnent, intensifient ou répliquent leur activité dans des zones denses où les pratiques de mobilité sont déjà largement multimodales. Cette configuration conduit à formuler les hypothèses d'une mobilité augmentée de 10 % et d'une part modale de l'automobile accrue de 7 %. D'une part, la prolifération des nouveaux services et l'intensification concurrentielle qui l'accompagne génèrent des mouvements de baisses de prix suscitant une demande supplémentaire (effet rebond). D'autre part, les opérateurs de transport public, confrontés à des contraintes budgétaires croissantes, voient l'occasion d'amorcer un désengagement qui pourrait être compensé par ces offres alternatives (report modal). Les autres hypothèses du scénario consistent à retenir en moyenne une augmentation de 11 % du taux d'occupation des véhicules (effet covoiturage), un accroissement de 18 % du kilométrage moyen (effet autopartage), et une intensification du « parc partagé » entre deux et quatre fois supérieure (selon les zones) au « parc utilisé comme avant ».

**Au final, les résultats de ce scénario conduisent à des réductions d'ensemble de 12 % du « parc nécessaire » total et à une quasi-stagnation des consommations de carburant (0 %) et des émissions de CO<sub>2</sub> (+1,5 %). Les résultats plus modestes de ce scénario au regard des précédents découlent principalement des hypothèses retenues d'un prolongement et d'une exacerbation des tendances spontanées observées à ce stade : la multiplication des offres dans des zones denses où elles sont relativement moins utiles (et donc le moins efficaces) ; une augmentation de la demande consécutive à des baisses de prix engendrées par une intensification concurrentielle ; une augmentation de la part relative de l'automobile dans un panier d'offres marqué par un désengagement contraint des transports publics.**

Dans la lignée de ces résultats, les effets sur les dépenses des ménages (- 7 %) et, corrélativement, sur l'emploi (- 4 %) sont eux-mêmes limités au regard des scénarios précédents. Dans la structure d'affaires retenue, le chiffre d'affaires des véhicules neufs et le volume d'emplois correspondant apparaissent même en augmentation (de l'ordre de 13 %) du fait d'une augmentation relative du taux de renouvellement des véhicules engendrée par la mise en œuvre des nouveaux services.

# ENSEIGNEMENTS DE L'ANALYSE PROSPECTIVE

	SCÉNARIO 1		SCÉNARIO 2		SCÉNARIO 3	
	Totaux	Position par rapport aux autres scénarios	Totaux	Position par rapport aux autres scénarios	Totaux	Position par rapport aux autres scénarios
Variation du parc (en nb de véhicules)	- 8 926 959		- 10 125 713		- 4 204 688	
Parc automobile total	25 078 103		23 879 349		29 800 374	
Variation	- 26 %		- 30 %		- 12 %	
Part des besoins couverts par le parc partagé	25 %		40 %		22 %	
Variation de l'âge du parc	- 0,6		- 1,4		- 0,7	
Nouvel âge du parc	8,9		8,1		8,8	
Litres consommés	- 4 654 825 366		- 3 425 625 923		- 68 497 908	
Émissions de CO <sub>2</sub> (en tonnes)	- 7 754		- 7 409		+ 1 015	
Sur les business (en millions d'€)	- 29 390		- 30 451		- 11 155	
Sur l'emploi	- 61 725		- 62 986		- 19 918	

## Code couleur :

- Meilleur résultat
- Résultat intermédiaire
- Plus mauvais résultat

Lorsque l'on compare les scénarios 1 et 3, il apparaît clairement que le dernier n'est vertueux pour l'emploi et les *business* automobiles que parce qu'il renonce, en grande partie, aux bénéfices écologiques des nouveaux usages. Par ailleurs, le scénario 1 est marqué par une diffusion homogène des nouveaux services au sein des territoires, ce qui n'est pas le cas du scénario 3.

En dehors de la question de la « désirabilité » des scénarios tels que nous les avons envisagés, se pose aujourd'hui la question de leur « plausibilité ».

De ce point de vue, le scénario 1 paraît handicapé par rapport aux deux autres en ce qu'il exige un volontarisme politique et – surtout – un investissement public important. Nos ateliers prospectifs ont révélé qu'une telle hypothèse de développement n'était pas envisageable.

À l'inverse, l'attitude qui consiste à reporter les coûts du transport public sur les nouveaux services pour limiter les investissements et les dépenses pourrait se révéler séduisante pour les collectivités. Or, notre scénario 3 indique ce qui en résulterait : le développement des nouveaux usages serait important mais limité, à la fois dans sa diffusion territoriale et dans l'ampleur de ses effets sur les consommations de carburants et les émissions de CO<sub>2</sub>.

Ainsi, nos simulations tendent à montrer que le scénario 2 est celui qui correspondrait au « meilleur compromis » entre les bénéfices écologiques induits par les nouveaux services et usages de l'automobile, et leur impact sur les *business* et l'emploi de la filière automobile. En termes de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et de coûts de mobilité pour les ménages, il est presque équivalent au scénario 1. Cependant, à l'inverse de ce dernier, il est infiniment plus aisé à implémenter car il correspond à un possible développement du *business* des professionnels de l'automobile. En outre, il passe par la constitution de flottes partagées financées par les particuliers et non par la collectivité, ce qui, par conséquent, évite tout investissement public important.

Dans l'ensemble les scénarios envisagés confirment, à des degrés divers, l'intérêt économique et environnemental d'une diffusion à grande échelle des services d'autopartage et de covoiturage. En tout état de cause, pour qu'une telle diffusion soit possible, les nouveaux services de mobilité liés à la voiture devront se diversifier et adopter d'autres formes que celles qui existent aujourd'hui.

**C'est probablement au croisement des « nouvelles pratiques » et des « anciens métiers » que les nouveaux services automobiles pourront atteindre les volumes capables de fournir des solutions de mobilité bénéfiques pour les ménages et pour l'environnement.**



# HUIT RECOMMANDATIONS

Intitulé de l'action	Objectifs de l'action	Délai
<b>Inciter les collectivités territoriales à investir dans des expérimentations territorialisées de mobilité</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inciter à la mise en place d'expérimentations variées et adaptées aux territoires</li> <li>2. Améliorer la connaissance des usagers des nouveaux services</li> <li>3. Favoriser les échanges entre les différents acteurs de la mobilité et des territoires</li> <li>4. Permettre aux nouveaux usages automobiles de se diversifier et de changer d'échelle</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Court terme pour la création des actions associées</li> <li>• Suivi sur le long terme (identification, mise en œuvre et diffusion des bonnes pratiques)</li> </ul>
<b>Favoriser l'émergence d'une offre de véhicules en partage chez les distributeurs et les acteurs de l'après-vente automobile</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Favoriser la mise en partage des véhicules oisifs des professionnels de l'automobile</li> <li>2. Favoriser le développement de services locaux d'autopartage, notamment en zone peu dense</li> <li>3. Faire dialoguer la filière automobile et les nouveaux acteurs de la mobilité</li> <li>4. Crédibiliser l'autopartage par la massification de l'offre</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesure qui peut donner des résultats à court ou moyen terme</li> </ul>
<b>Créer un standard technique à l'ouverture/fermeture à distance des véhicules</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harmoniser les technologies existantes</li> <li>2. Fluidifier et sécuriser les interfaces entre les particuliers</li> <li>3. Favoriser le développement de l'autopartage entre particuliers</li> <li>4. Permettre la collecte de données clients informant les différentes parties prenantes des usages automobiles des particuliers</li> <li>5. Fiabiliser l'offre par le suivi systématique des véhicules</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Très court terme</li> </ul>
<b>Développer l'interopérabilité entre les différents modes de déplacement <i>via</i> des systèmes d'information partagée</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Développer et faciliter l'interopérabilité entre les différents modes de déplacement afin d'améliorer l'expérience des utilisateurs</li> <li>2. Améliorer l'expérience des usagers et permettre aux services de mobilité partagée de s'intégrer dans une « chaîne » unifiée</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Court/moyen terme</li> </ul>
<b>Standardiser l'ouverture et la gestion des données de transport</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contrôler, gérer et sécuriser les échanges et l'utilisation des données de transport</li> <li>2. Faciliter l'interopérabilité des services grâce aux échanges de données</li> <li>3. Garantir un niveau de qualité et de fiabilités des données</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Court terme</li> </ul>
<b>Mettre en partage une partie du parc automobile de l'État et des collectivités</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diffuser plus largement l'autopartage sans financement de flotte supplémentaire</li> <li>2. Réduire le coût des flottes publiques</li> <li>3. Exemplarité de la puissance publique</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Court terme</li> </ul>
<b>Accompagner la mise en place d'un service de mobilité en zones périurbaines et rurales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fournir les outils adéquats aux collectivités pour qu'elles puissent se positionner sur des services de mobilité innovants et soutenir les initiatives de développement pour les zones stratégiques (périurbaines et rurales)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Court/moyen terme</li> </ul>
<b>Ouvrir un débat national et territorial sur les politiques applicables aux nouveaux services de mobilité</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Attirer l'attention des élus et du gouvernement sur les nouvelles pratiques et leur gouvernance</li> <li>2. Anticiper les changements que ces services sont susceptibles d'opérer</li> <li>3. Disposer, le plus rapidement possible, des outils capables de répondre aux problématiques à venir et éviter les crispations entre les acteurs (éviter l'émergence d'un conflit)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Très court terme</li> </ul>



**Crédits photographiques**

Couverture (horizontalement de gauche à droite) : © markjktaylor – Thinkstock ; © gpointstudio – Thinkstock ; © omada – Thinkstock ;  
© Phovoir.fr.

De nouveaux usages de la voiture se développent (autopartage, covoiturage...), fondés sur l'utilisation plutôt que sur la propriété du véhicule. Portés par les technologies du numérique, ces nouveaux services sont susceptibles de transformer profondément les pratiques de mobilité, tout en modifiant les rapports entre les acteurs – nouveaux et traditionnels – qui contribuent à les mettre en œuvre.

L'étude dresse un état des lieux des usages novateurs de la voiture et explore les conditions et les conséquences d'un développement à grande échelle des offres qui les sous-tendent. La confrontation de ces offres avec les besoins de mobilité laisse entrevoir de fortes opportunités de développement pour ces nouveaux services, moyennant un déploiement de stratégies adaptées.

L'examen détaillé de la situation des ménages pour répondre à leurs impératifs de déplacement, sur la base de critères de densité démographique et de pouvoir d'achat, souligne l'existence d'un « réservoir de demande » pour ces services de mobilité. Toutefois, les modèles d'affaires qui se dessinent ne permettent pas de miser avec certitude sur la structuration d'une réponse économique spontanée et proportionnée à cette demande potentielle.

L'analyse prospective examine au moyen de différents scénarios les potentialités économiques et environnementales d'un essor et d'une diffusion territoriale de ces services. Cette évolution impliquerait l'optimisation d'un parc automobile plus restreint, utilisé plus intensément et davantage renouvelé.

Les préconisations qui en découlent plaident notamment pour le développement de synergies entre les acteurs – nouveaux entrants et professionnels traditionnels – que l'action publique pourrait accompagner.

**CGDD**

Commissariat général  
au Développement durable

**DGE**  
DIRECTION GÉNÉRALE  
DES ENTREPRISES

**PIPAME**  
Pôle interministériel de Prospective et d'Anticipation  
des Mutations économiques