

# LES USAGES NOVATEURS DE LA VOITURE

---

David Afriat – In Extenso Innovation Croissance (ex-Tech2Market)



# CADRAGE ET OBJECTIFS

---

# Nouvelles mobilités et croissance verte

- Les « Nouvelles Mobilités » → Nouvelle frontière vers une croissance verte
  - Créer de nouveaux besoins – de nouveaux profits
- Nouveau paradigme de l'automobile
  - Structurer de nouveaux écosystèmes d'affaires  
→ amorcer une transition vers « le futur »
- Potentiel économique/social/environnemental fonction :
  - Des besoins de déplacements à l'échelle des territoires
  - Des structures industrielles existantes dans le rôle d'accélérateur du changement



# Emergence de nouvelles pratiques

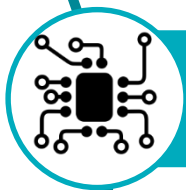
- Un moyen de répondre aux impératifs sociaux et environnementaux
- Créer des « ponts » entre « l'ancien monde » et le « nouveau monde »
  - Concilier les bénéfices environnementaux aux impératifs sociaux d'accès à la mobilité et économique de préservation et de création d'emplois
    - ✓ Développement dans les territoires peu denses
    - ✓ Mobiliser les professionnels du secteur



# Quatre objectifs généraux



**Faire dialoguer « anciens » et « nouveaux » acteurs** en associant les problématiques de la filière automobile aux potentialités offertes par les nouveaux services automobiles



**Favoriser l'intégration de TIC supports au partage des véhicules** et encadrer le plus rapidement possible les développements pour ne pas être dépossédé des données de mobilité collectées



**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



**Poser les bases d'une réflexion sur une forme de « fiscalité intelligente »** qui intégrerait les modes d'intensification des usages et des transferts de coût de l'usage à la possession



# NOUVELLES MOBILITÉS ET ENJEUX ASSOCIÉS

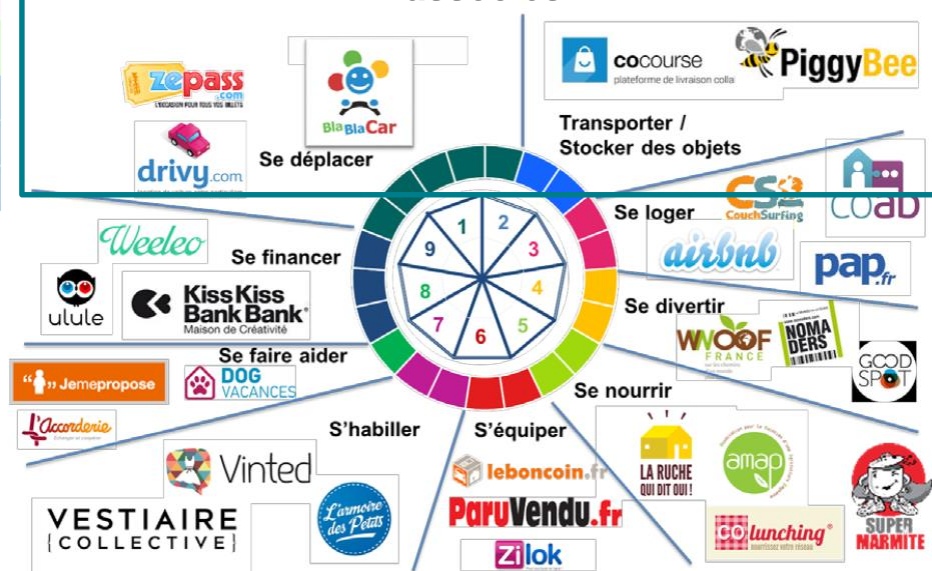
---

# La consommation collaborative sous l'angle de 9 secteurs d'activités

## Focus sur la mobilité

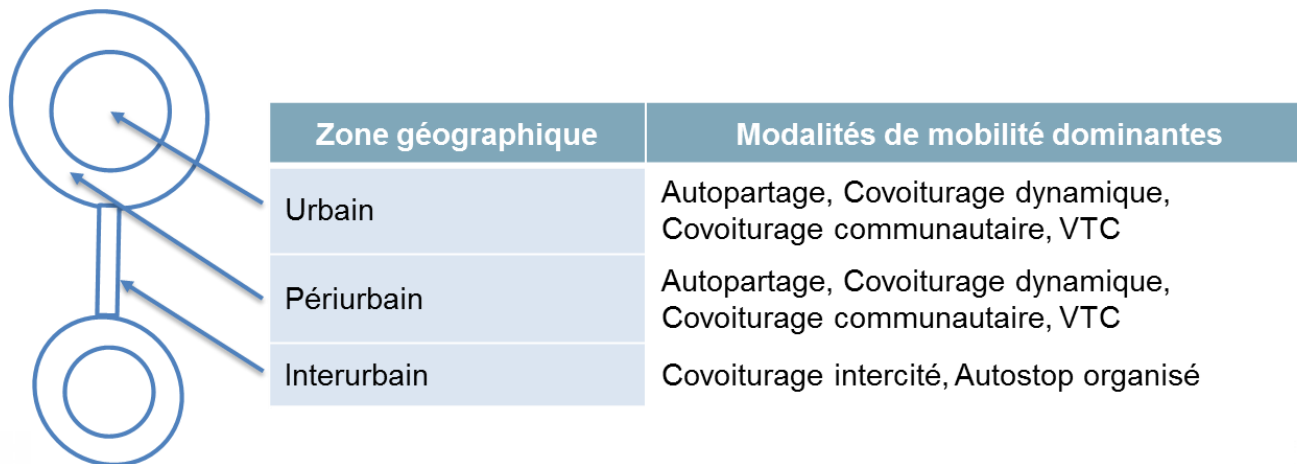
1 Se déplacer	Covoiturage VTC Location de véhicules entre particuliers	5 Se nourrir	Coapprovisionnement (groupements de consommateurs, partage de production, etc.)	
	Echange /vente de billets de transport Stationnement		Corestauration (plats fait maison, restauration collaborative, etc.)	
2 Transporter / stocker des objets	Livraison collaborative Costockage	6 S'équiper	Mutualisation (prêt, partage, échange, location)	
			Redistribution (don, troc, revente/achat)	
3 Se loger	Cohébergement (prêt/partage de logements, échange de logements, location entre particuliers)	7 S'habiller	Mutualisation (location)	
	Cohabiter (Vente/location de particulier à particulier, échange de logements, colocation, habitat participatif)		Redistribution (don, troc, revente/achat)	
4 Se divertir	Découvertes et tourisme à l'étranger	8 Se faire aider	Services entre particuliers	
	Loisirs de proximité		9 Se financer	Dons
	Activités sportives et location de bateaux			Prêts Investissement au capital

## Focus sur la mobilité : acteurs emblématiques associés



# Les usages novateurs de l'automobile

- Développement progressif de nouveaux usages
  - Fondé sur 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, les objectifs sont :
  - De transformer profondément les pratiques de mobilité
  - De modifier les rapports entre les acteurs nouveaux et traditionnels





# La pratique de l'autopartage

- **Autopartage** : mise en commun d'un véhicule ou d'une flotte de véhicule pour différents utilisateurs
- **Trois grandes catégories** :
  - « En boucle » : ramener la voiture à son emplacement initial
  - « En trace directe » : trajet en aller simple déposer le véhicule à un endroit différent
  - Free-floating : Mise à disposition de véhicules dans une zone limitée d'agglomération
- **Objectif** :
  - Initier un changement de comportement chez les possesseurs de voiture
  - Insérer l'automobile dans une chaîne de mobilité intermodale
- **Différentes offres** → prestations et segments de marché différents
  - Ni les mêmes impacts ni les mêmes volumes
    - Trace directe : investissement financier important et mise à disposition d'espaces de voiries
    - En boucle: permet davantage de se dispenser de l'achat d'une voiture mais développement limité



# La pratique du covoiturage

- **Covoiturage** : Utilisation en commun d'un véhicule par un conducteur et un ou plusieurs passagers
- **Plusieurs formes** :
  - Covoiturage intercity : Trajets longue distance
  - Covoiturage domicile-travail
  - Covoiturage dynamique : Trajets en zone urbaine
- **Pratique répandue de façon homogène** dans les zones d'habitation
- **Succès retentissant de Blablacar** pour le covoiturage intercity
  - Distorsion des représentations
  - Ancre l'idée que la pratique entre dans les mœurs
- Blablacar ne concerne **qu'un seul versant du covoiturage**
  - Multitude d'acteurs sur différentes autres pratiques
  - Difficultés de croissance pour atteindre la masse critique nécessaire à la rentabilité



# Les services de VTC

- **VTC** : Mise à disposition de voitures haut de gamme avec chauffeur sur commande et pour une destination définie
  - **Segment de marché grandissant**
    - Succès croissant venu du développement d'applications comme Uber
      - Simplification de la démarche de réservation
  - **Concurrence avec les offres traditionnelles de taxis**
    - Bouleversement des structures traditionnelles
    - Création de nouveaux usages des services de transport
- **C'est en grande partie dans les TIC que se trouvent les principales évolutions des transports**



# Pratique des nouvelles mobilités à l'étranger

- **Grande hétérogénéité** des contextes et des politiques locales liés aux nouveaux usages automobiles **dans les grands pays « constructeurs »**
- **Le développement des offres d'autopartage des pays est très fortement dépendant :**
  - Des stratégies des constructeurs locaux
  - De leurs ressources (financières et politiques) pour investir dans des services « annexes »
- **Question d'automobilité** au carrefour de :
  - Configurations géographiques et démographiques
  - Politiques urbaines et d'aménagement des territoires
  - De politiques énergétiques
  - De politiques industrielles et de l'innovation



# Enjeux pour les acteurs français

- **Acteurs traditionnels davantage en retraits**

- **Ne souhaitent pas s'engager financièrement ou stratégiquement**
- **Faible intérêt stratégique** pour les constructeurs français à la question des nouveaux usages comparativement aux nouvelles technologies et à l'inter-continentalisation

- **Les constructeurs français se montrent plus « sélectifs »** dans le choix de leurs investissements

- Engagement **destiné à préserver l'option** des nouvelles mobilités et à rester prêt à l'exercer
- N'est **pas destiné à élaborer les solutions** technologies et organisationnelles

→ **La configuration française des nouveaux usages doit être examinée auprès des différents challengers :**

- Acteurs traditionnels
- Acteurs liés aux transports publics
- Aux politiques nationales et locales
- Nouveaux entrants



# CARACTÈRE RESTRICTIF DE L'OFFRE

---

# Existence d'un « réservoir de demande »

- Examen détaillé de la **situation des ménages** → **existence d'un « réservoir de demande »** pour les nouveaux services de mobilité
- Réalisation d'une **analyse fine sur la base de données statistiques** :
  - Le **parc le plus ancien** est majoritairement détenu par les ménages les moins aisés en zone rurale
  - Les dépenses d'utilisation sont relativement homogènes
  - **C'est sur l'acquisition que s'ajuste la répartition des dépenses automobiles**
    - Toute augmentation des coûts d'utilisation va influencer sur les dépenses d'acquisition
- **Espaces ruraux et périurbains** → **Contraintes de mobilité** importantes et largement dépendantes de la voiture
- **Nouveaux services** → possibilité de **satisfaire des besoins de mobilité** sur la base de frais partiellement partagés

# Evolution des nouveaux services de mobilité

- **Développement des nouveaux services** → ciblent des **publics et des territoires dont les besoins de mobilités sont parmi les moins contraints**
- Zones les moins denses (milieu rural) → besoin d'offres alternatives
  - Aucun des services de mobilité ne répond aujourd'hui à cette demande potentielle
- Zones les plus denses → problèmes de congestion
  - La structuration de la demande permet d'apporter une réponse partielle
- Nouvelles mobilités → doit proposer des **alternatives sérieuses** pour les **ménages les plus contraints** dans les **zones d'habitations les moins denses**
  - Solvabiliser la demande pour une mobilité dans un parc plus récent, plus propre et mieux entretenu



# Evolution des nouveaux services de mobilité

- Pour les **ménages contraints** : **Alternative à la possession** et pouvoir circuler dans une voiture plus sûre et moins consommatrice
- **Plusieurs avantages** :
  - Permettre aux offres de services de mobilité de **toucher une clientèle plus large** et dont le potentiel est important
  - Permettre aux constructeurs de **trouver de nouveaux débouchés** pour les véhicules neufs
  - Permettre de **réduire l'impact environnemental** des automobiles en accélérant le renouvellement
- **Envisager les nouvelles mobilités dans cette perspective** :
  - **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**



# POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DES ACTEURS

---

# Positionnement des acteurs

- En 2015, **les formes de partage se sont développées là où il était le plus facile et le moins nécessaire de le faire**
  - Faire décoller les services là où il y a le plus de chances que ça marche (agglomération dense: demande solvable et technophile)
- **Problématiques** des nouvelles mobilités → évolutions associées aux **réseaux sociaux**, au **cloud**, aux **big datas** et aux **formes de socialisation** qui se développent
- **Nouvel écosystème**
  - Fait la part belle au covoiturage et à l'autopartage
  - Reste accueillant aux business traditionnels
- **L'enthousiasme des débuts fait place à une reconnaissance de la très grande complexité des mobilités et à une très grande modestie quant à la capacité de les révolutionner**

# Différents modèles économiques s'inscrivant dans différentes stratégies de positionnement

- Stabilisation des modèles économiques des nouveaux services non achevée

## Pour certains, rentabilité fondée sur le ciblage d'une clientèle accessible :

- Croissance par levée de fonds
- Stratégie de croissance internationale pour dupliquer l'offre sur des clientèles identiquement ciblées

## Pour d'autres, stratégie de diversification :

- Conforter ou compléter des activités de « cœur de métier »
- Exemple de Bolloré, de la SNCF
- Question centrale du financement de nouveaux services et des perspectives de rentabilité
  - Veille prudente de la part des acteurs traditionnels
  - Stratégie de déploiement ciblées laissant à l'écart un gisement de la demande

# ANALYSE PROSPECTIVE

---

# Les trois scénarios prospectifs

- Trois scénarios prospectifs testés auprès d'un panel d'acteurs

## Scénario 1: « Enrichissement de l'offre intermodale »

- Les **pouvoirs publics/transport publics** exploitent les big datas et jouent l'interopérabilité **pour proposer un ensemble de solutions optimisées** suivant des critères modulables **via des financements et outils réglementaires**.

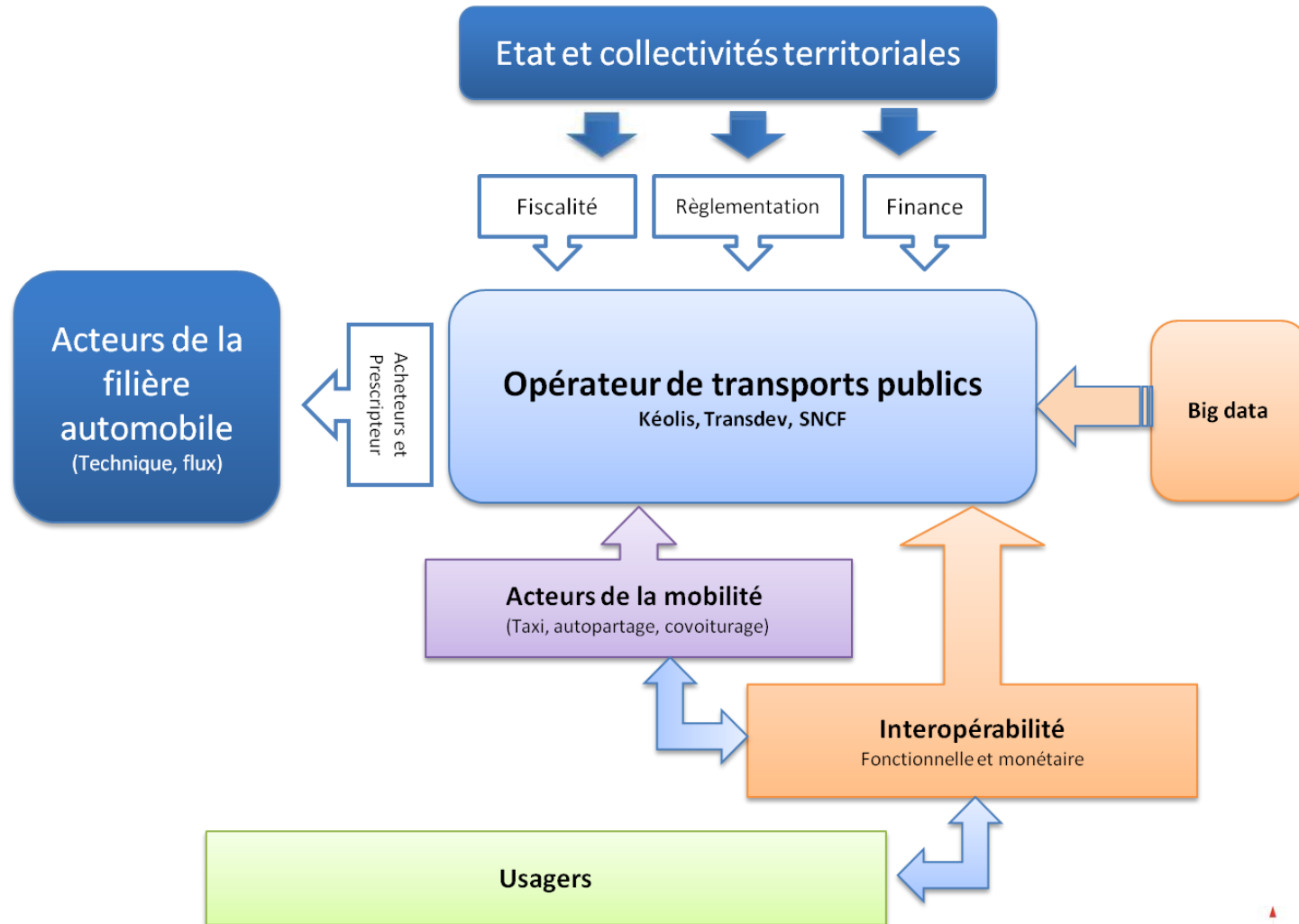
## Scénario 2: « Annexion des nouvelles mobilités »

- **Scénario continuiste** dans lequel les **nouveaux usages de l'automobile** sont traités comme un **enrichissement ou une complexification** de systèmes d'usages et d'offres automobiles. Les **constructeurs et leurs réseaux** facilitent le développement des nouvelles offres.

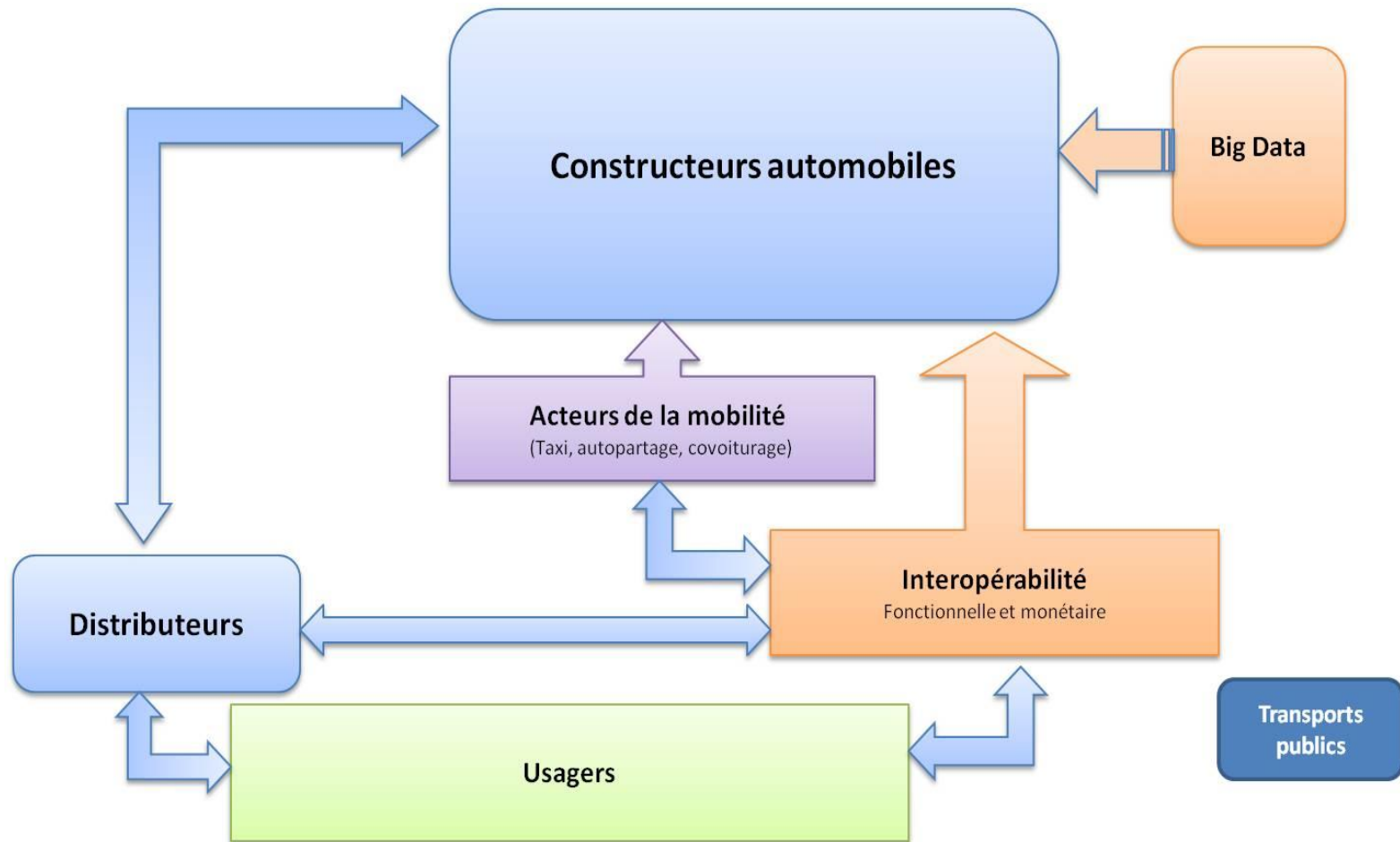
## Scénario 3: « Partage généralisé et numérisé »

- Les **mutations des comportements** centrés sur l'usage **s'accélèrent** et permettent aux **plateformes existantes** de devenir **dominantes**. Les acteurs automobiles traditionnels et les opérateurs de transport public s'adaptent et connaissent des recentrages fondamentaux.

# Approche systémique du scénario 1: Enrichissement de l'offre intermodale

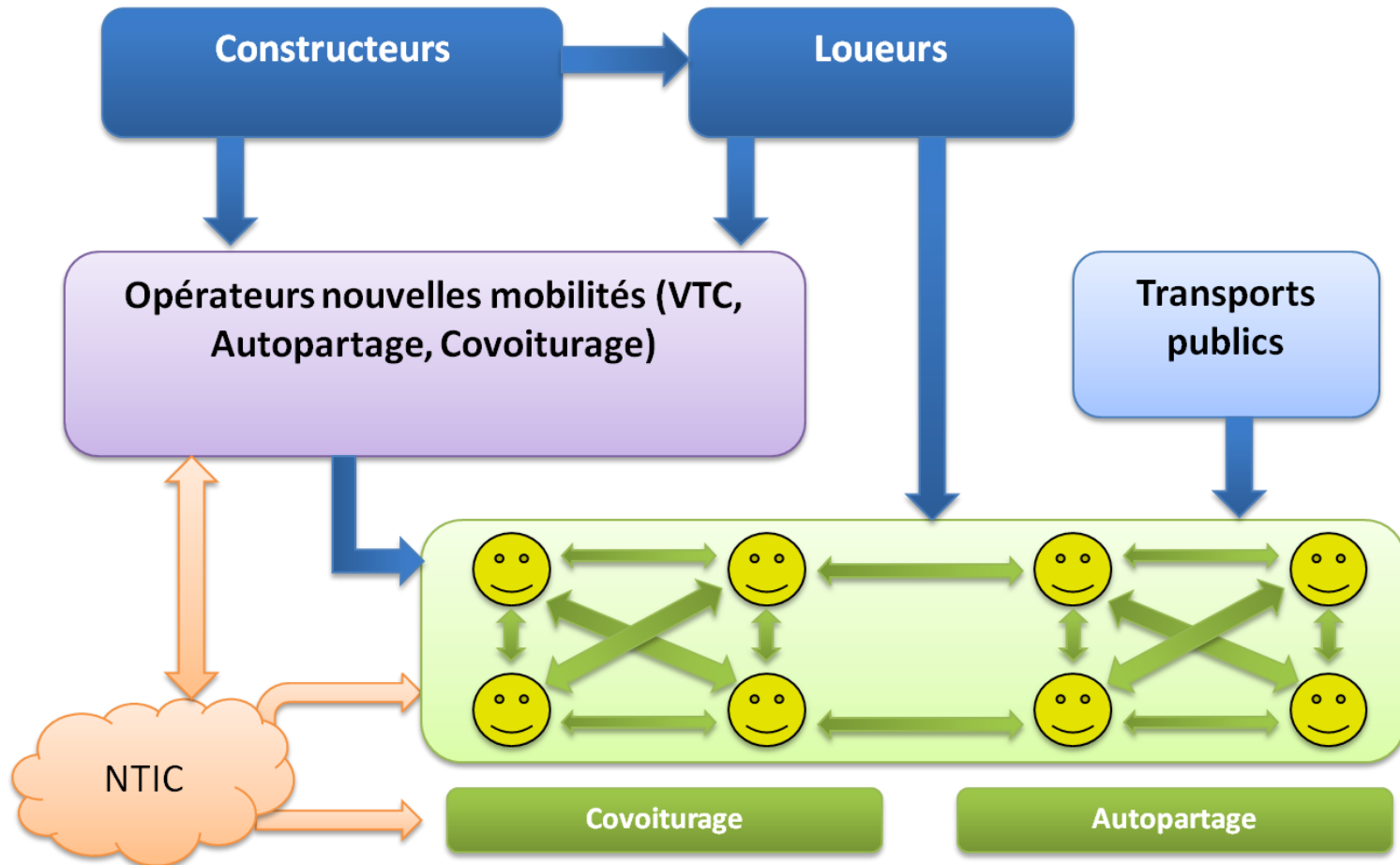


# Approche systémique du scénario 2: Annexion des nouvelles mobilités





# Approche systémique du scénario 3: Partage généralisé et numérisé



# Pistes privilégiées de développement

- Les **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, et leur **impact sur les business et l'emploi**.
  - **Plus aisé à implémenter** car correspond à un possible développement du business des professionnels
  - Passe par la **constitution de flottes partagées** financées par les particuliers
  - **Evite tout investissement public** important
- Les **différents scénarios** → confirment l'**intérêt économique et environnemental d'une diffusion à grande échelle**
  - Les nouveaux services doivent **se diversifier et adopter d'autres formes** que celles qui existent aujourd'hui
- C'est 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

# RECOMMANDATIONS

---

# Recommandations

- Ces constats nous ont amené à formuler les recommandations suivantes:

Intitulé de l'action	Objectifs de l'action	Délai
Inciter les collectivités territoriales à investir dans des expérimentations territorialisées de mobilité afin de démultiplier les projets associant les professionnels de l'automobile aux autres acteurs	<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>
Favoriser l'émergence d'une offre de véhicules en partage chez les distributeurs et les acteurs de l'après-vente automobile	<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>
Créer un standard technique à l'ouverture/fermeture à distance des véhicules	<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>

# Recommandations

Intitulé de l'action	Objectifs de l'action	Délai
Développer l'interopérabilité entre les différents modes de déplacement via des systèmes d'information partagée	<ol style="list-style-type: none"> <li>Développer et faciliter l'interopérabilité entre les différents modes de déplacement afin d'améliorer l'expérience des utilisateurs</li> <li>Améliorer l'expérience des usagers et permettre aux services de mobilité partagés de s'intégrer dans une « chaîne » unifiée</li> </ol>	• Court/moyen terme
Standardiser l'ouverture et la gestion des données de transport	<ol style="list-style-type: none"> <li>Contrôler, gérer et sécuriser les échanges et l'utilisation des données de transport</li> <li>Faciliter l'interopérabilité des services grâce aux échanges de données.</li> <li>Garantir un niveau de qualité et de fiabilités des données</li> </ol>	• Court terme
Mettre en partage une partie du parc automobile de l'État et des collectivités	<ol style="list-style-type: none"> <li>Diffuser plus largement l'autopartage sans financement de flotte supplémentaire</li> <li>Réduire le coût des flottes publiques</li> <li>Exemplarité de la puissance publique</li> </ol>	• Court terme
Accompagner la mise en place d'un service de mobilité en zones périurbaines et rurales	<ol style="list-style-type: none"> <li>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>	• Court/moyen terme
Ouvrir un débat national et territorial sur les politiques applicables aux nouveaux services de mobilité	<ol style="list-style-type: none"> <li>Attirer l'attention des élus et du gouvernement sur les nouvelles pratiques et leur gouvernance</li> <li>Anticiper les changements que ces services sont susceptibles d'opérer</li> <li>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 comme celui qui a eu lieu autour d'Uber).</li> </ol>	• Court terme

# DES QUESTIONS ?

---

Votre contact privilégié pour vous accompagner à  
mieux innover et rendre clair :

06 50 21 19 25 / [david.afriat@inextenso-innovation.fr](mailto:david.afriat@inextenso-innovation.fr)