

LES NOUVEAUX SERVICES DE MOBILITE FONDES SUR L'ECONOMIE DU PARTAGE ETAT DES LIEUX EN FRANCE EN 2014

SOMMAIRE

INTRODUCTION **Page 2**

I LE DEVELOPPEMENT DE L'ECONOMIE DU PARTAGE **Page 4**

Économie du partage, consommation collaborative, consommations émergentes : de la contrainte écologique aux opportunités ouvertes par une nouvelle économie

Le développement de l'économie du partage : des moteurs qui tournent à plein, des verrous qui sautent.

Des pratiques un peu mieux connues, des zones d'ombre qui subsistent, un champ encore à baliser

II L'AUTOMOBILE EN FRANCE : UN POIDS CONSIDERABLE DANS LA MOBILITE, DES PROBLEMES SPECIFIQUES POUR DES POPULATIONS DANS DES SITUATIONS SPECIFIQUES. **Page 11**

III LE PARTAGE DE VEHICULES EN FRANCE : ETAT DES LIEUX, EVOLUTIONS RECENTES **Page 13**

Introduction

Les plus pragmatiques : l'autopartage informel entre particuliers

Les militants historiques, en ville : l'autopartage institué

La location sociale de véhicules : une forte diffusion sur le territoire, mais des systèmes qui restent de faible taille dans chaque département

L'autopartage en trace directe : l'exemple d'Autolib à Paris

Les autres systèmes en trace directe : Car2go, Ha :mo, Wattmobile

L'esprit business des digital natives : la location de véhicules entre particuliers organisée par des plateformes internet jouant le rôle de tiers de confiance.

Une niche dans la niche : la location de voitures entre particuliers à l'occasion des voyages aériens

Un concept astucieux C to B : Luckyloc

Et d'autres services encore...

IV LE PARTAGE DE TRAJETS **Page 31**

Introduction

Tour d'horizon du covoiturage en France

L'autostop « labellisé » pour les déplacements de proximité en zone rurale

Les succes stories du covoiturage occasionnel à longue distance : BlablaCar et Carpooling

V LA CONDUITE POUR COMPTE D'AUTRUI : UN BUSINESS REFONDE ? **Page 38**

Introduction

Les taxis : points de repères

Taxis parisiens : un sentiment de malaise aux origines nombreuses.

L'apparition de nouveaux services au cours des années 2000 répond-elle aux besoins des citadins ?

« Nous vivions dans un monde où il y avait des gens et des entreprises. Maintenant nous sommes dans un monde où les gens peuvent devenir des entreprises en soixante secondes(...) . Avant la révolution industrielle, les villes étaient des villages dans lesquels chacun était une sorte d'entrepreneur ». L'économie de partage nous permet de retrouver cette organisation. Elle va nous débarrasser des grosses chaînes franchisées. Tout pourra être à nouveau petit »¹

« Le succès d'entreprises comme Airbnb traduit une évolution profonde de notre société, à la fois plus individualiste et plus connectée...S'il y a une chose dont l'économie du partage s'est passée jusqu'ici, ce sont les réglementations gouvernementales. Les utilisateurs de ces services sont peut-être progressistes sur le plan politique mais ils évoluent dans un cadre économique très peu régulé. Ils votent à gauche, mais ils cliquent à droite »²

Introduction

Lorsque l'IVM, sous la direction de François Ascher, avait organisé en 2006 le séminaire « Acheter ou louer des biens de consommation », la location passait à l'époque essentiellement par des structures marchandes classiques (loueurs de voitures dans les gares et les aéroports, de skis en station de montagne...) et restait mal connue³, tant d'un point de vue purement statistique (extension et fréquence de la pratique) que du point de vue des motivations. Une enquête dans quatre pays européens (Allemagne, France, Grande-Bretagne, Italie) avait permis d'apporter des éclairages sur la fréquence des pratiques et leurs motivations, d'ailleurs diverses selon les individus et la nature des objets achetés ou loués. Des réflexions d'anthropologues et de philosophes avaient permis d'orienter les questionnements de la simple question « acheter ou louer » vers les pratiques de partage et de circulation des biens de consommation entre particuliers.

L'ouvrage qui a fait suite à ce séminaire⁴ a constitué une première ouverture vers ce qu'on appelle aujourd'hui l'économie collaborative (shared economy). Il a constitué le premier essai de quantification des potentiels des deux pratiques de partage qui existaient à l'époque pour l'automobile : l'autopartage (pour l'ensemble des déplacements) et le covoiturage (à destination des lieux de travail). Il a aussi pointé un élément essentiel au développement de ces pratiques, la confiance. Les estimations de potentiel étaient alors très hypothétiques, les pratiques elles-mêmes étant très mal connues⁵. Rappelons qu'à l'époque, les questions posées par les sondages portaient sur la connaissance des termes de covoiturage ou d'autopartage. Aujourd'hui, cette connaissance est supposée acquise et l'on mesure un niveau de pratique.

La situation est assez différente en 2014.

Des dizaines de start-up, pour certaines autonomes, pour d'autres adossées à de grands groupes nationaux ou à des multinationales de l'internet, se sont lancées en France sur ces marchés du partage (de véhicules, de trajets, de places de stationnement...) et de la mise à disposition de véhicules pour de courtes durées. Elles ont levé des millions d'euros auprès de fonds de capital risque⁶.

¹ Brian Chesky, cofondateur d'Airbnb, plateforme d'hébergement chez l'habitant, conférence au Aspens Ideas Festival, 2014. Propos rapporté par Guillemette Faure, Le Monde 27/08/2014. La valorisation d'Airbnb (qui n'est pas cotée en bourse) est estimée à 10 milliards de \$, 4 fois plus qu'en 2012.

² Brookes David 2014, New York Times 23/09/2014

³ À l'exception de la location immobilière

⁴ Jean-Pierre Orfeuill « Mobilités urbaines : l'âge des possibles », Scrineo, 2008

⁵ Rappelons qu'à l'époque, les questions posées par les sondages portaient sur la connaissance des termes de covoiturage ou d'autopartage. Aujourd'hui, cette connaissance est supposée acquise et l'on mesure un niveau de pratique.

⁶ Aux Etats-Unis, la société d'autopartage Zipcar a été valorisée aux alentours de 500 millions de dollars lors de sa vente à Avis en 2013, bien qu'elle n'ait jamais dégagé de profits depuis sa création.

Des pratiques de covoiturage spontané, notamment à l'amont des barrières de péage des autoroutes, ont été mises en lumière par les stationnements sauvages qu'elles occasionnaient. Aujourd'hui, collectivités locales et sociétés d'autoroutes collaborent pour créer des aires de stationnement susceptibles d'accueillir les covoitureurs dans de bonnes conditions.

Des informations, tantôt parcellaires, tantôt issues d'enquêtes lourdes permettent d'établir certains états des lieux des pratiques, des motivations, des conséquences en termes de trafic de ces pratiques. Le partage, en tant que mode émergent de consommation, est donc (un peu) mieux connu. Il n'en reste pas moins que les offres et les pratiques demeurent en évolution rapide, si bien qu'il faut garder à l'esprit que l'état des lieux qui suit est relatif à la situation à mi 2014, sauf mention contraire.

Autopartage et covoiturage ont été reconnus et codifiés par les pouvoirs publics. C'est important en France. La loi Mapam du 27 janvier 2014 a défini un cadre juridique précis pour les activités d'autopartage et de covoiturage. Son article 52 précise que « l'activité d'autopartage est 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 sans conducteur pour le trajet de son choix et pour une durée limitée. Le covoiturage est défini comme « l'utilisation en commun d'un véhicule terrestre à moteur par un conducteur non professionnel et un ou plusieurs passagers majeurs pour un trajet commun ». La loi réaffirme en outre que si l'initiative privée est insuffisante, inadaptée ou inexistante, les autorités compétentes pour organiser la mobilité peuvent créer un service public d'autopartage et des plateformes dématérialisées facilitant le covoiturage⁷. Cette loi ne lève pas toutes les ambiguïtés. Concernant la location entre particuliers, le ministère des finances l'accepte « dès lors qu'elle ne génère pas de revenus réguliers et reste occasionnelle ». Seul le covoiturage visant à partager les frais est autorisé, le covoiturage réalisé dans un but lucratif (tenté par des sociétés de tourisme avec chauffeur comme Uber dans son service Uber pop) reste illégal car il constitue une activité de transport public non autorisée.

On abordera dans une première partie générale les développements de cette économie baptisée collaborative. Une seconde partie rassemblera les éléments généraux relatifs à la mobilité en France utiles pour situer l'intérêt potentiel des nouveaux services. Les parties III, IV et V aborderont successivement les services fondés sur le partage de véhicules, de trajets et sur l'usage de véhicules avec chauffeurs. On conclura en essayant de dégager des perspectives.

⁷ Julia Sciaud « Le credo de la mobilité automobile partagée, infrastructure et mobilité n°137, avril 2014.

I LE DEVELOPPEMENT DE L'ECONOMIE DU PARTAGE

Économie du partage, consommation collaborative, consommations émergentes : de la contrainte écologique aux opportunités ouvertes par une nouvelle économie

L'accumulation sans fin de biens de consommation a inquiété depuis longtemps ceux qui se sentent concernés par l'avenir de la planète et par l'impossibilité d'étendre le mode de vie (alors) occidental à l'ensemble de ses habitants. Des solutions à ce problème ont d'abord été recherchées dans le suivi des biens tout au long de leur cycle de vie et dans la généralisation du recyclage⁸. Depuis le début du troisième millénaire, une autre possibilité est explorée, celle de la dissociation entre la propriété et l'usage. Il s'agit de pouvoir profiter du service offert par un bien sans nécessairement le posséder. Cette thématique est développée dans l'ouvrage fondateur de Jeremy Rifkin⁹, l'« âge de l'accès », qui annonce la fin de la propriété. Quelques années plus tard, Rachel Botsman¹⁰, pose les bases de l'économie du partage. Ce qui apparaît le plus important dans cette courte histoire, qui se déroule sur moins d'une génération, c'est le passage d'une logique dominante d'injonction écologiste (la nécessité d'alléger l'empreinte écologique de l'humanité) à une logique d'opportunité dont peut se saisir une économie marchande aux bases renouvelées. La démonstration est faite non seulement pour les ressources immatérielles (l'image, le son, le texte) mais aussi pour les biens matériels (le succès d'ebay, valorisé à 42 milliards d'euros en 2011).

Indiscutablement, cette nouvelle économie intéresse l'économie établie. Ainsi le cabinet Deloitte¹¹ a-t-il publié récemment sur son site la figure ci-dessous, montrant un personnage fictif qui gagne autant en partageant ses biens (son logement, sa voiture) et en rendant quelques services (faire des courses, monter un meuble pour un voisin...) qu'en travaillant comme salarié dans le secteur formel. Le message est clair : l'économie du partage et du « peer to peer » est promise à un bel avenir. Il faut toutefois porter un regard attentif aux chiffres de la colonne de droite pour comprendre que ce personnage reste très ...fictif : ce personnage loue une pièce de son domicile plusieurs fois par mois, quand seuls 3 millions de personnes aux États-Unis ont pratiqué le « couchsurfing » depuis la création d'Airbnb¹². Les 2,2 millions de déplacements mensuels en vélo en libre service aux États-Unis ne constituent qu'une goutte d'eau dans l'océan des déplacements en voiture dans ce pays. Il ne fait toutefois guère de doute qu'il y a dans ces nouvelles perspectives un réservoir de croissance potentielle plus élevé que dans l'économie formelle des pays développés. Quand une croissance de 200 euros du niveau de vie annuel d'un salarié semble relever plus du mirage que de l'espoir raisonné (cela représenterait une progression de 1 % de la masse salariale), il n'est pas déraisonnable de penser que ces mêmes 200 euros peuvent être économisés en achetant plus souvent des biens d'occasion à d'autres, ou gagnés en prêtant occasionnellement une pièce de son logement ou sa voiture.

Il n'en reste pas moins que des barrières sont à lever pour qu'une majorité de personnes accepte de partager ce qui relève de l'intime (le foyer) ou ce qui est encore vécu comme personnel (une voiture). En outre, si ce type de rapports marchands entre particuliers se développait significativement, il pourrait entraîner des réactions des services fiscaux d'une part, toujours en quête de matière fiscale, et de secteurs établis qui s'estimeraient victimes de concurrence déloyale. C'est ce qui s'est produit au Canada avec des autocaristes attaquant des services de covoiturage, ce qui se produit en France avec les taxis qui s'estiment lésés par les véhicules de tourisme avec chauffeur. Cette « économie

⁸ Voir par exemple Mac Donough William et Braungart Michael, *rethinking the ways wemakethings*, North point press, 2002

⁹ *The Age Of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-For Experience*, Putnam Publishing group, 2000

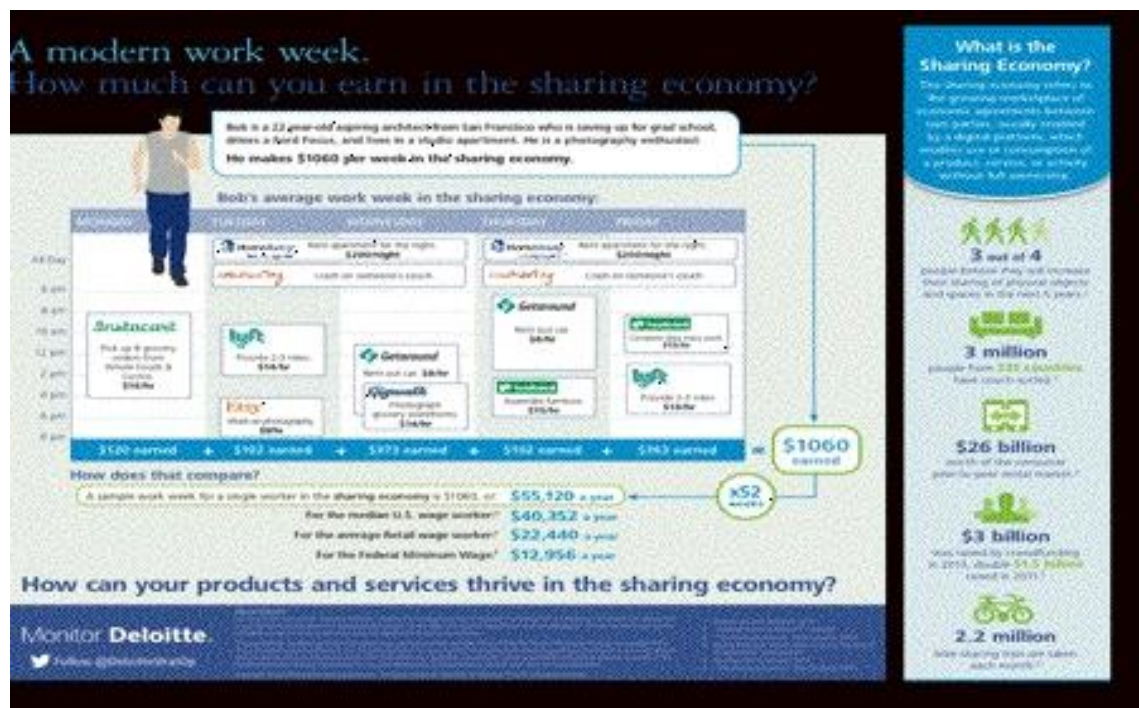
¹⁰ Rachel Botsman et Roo Rogers « *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* ». Harperbusiness 2010

¹¹ Un cabinet de consultants présent dans 150 pays à travers un réseau de 200.000 professionnels

¹² On pourra toutefois se reporter au rapport de l'attorney general de New York pour noter qu'un part notable des locations est illégale, pratiquée par des acteurs proposant un grand nombre d'hébergement, et suffisante pour inquiéter le secteur marchand de l'hébergement et les autorités municipales qui voient en fait se transformer la vocation de certains logements et doivent aussi faire face à des pertes de recettes fiscales.

émergente » entrerait alors dans le champ de l'économie traditionnelle. Nous n'en sommes pas encore (tout à fait) là, et il importe d'abord de mesurer la pénétration des pratiques collaboratives dans l'ensemble de la population.

Figure 1.1
Le potentiel de l'économie du partage selon Deloitte



Le domaine du voyage, et notamment du voyage à longue distance apparaît comme un créneau privilégié de cette nouvelle économie, en partie sans doute parce qu'il est aussi associé à la recherche d'expériences nouvelles hors des sentiers battus. C'est en tout cas ce qu'évoque la figure 2 ci-dessous, où ne sont recensés que des grands du secteur, dont les valorisations boursières peuvent excéder 10 milliards de \$. Le créneau des déplacements dans les environnements quotidiens est lui aussi porteur, avec des flottes de véhicules en libre service et de nouvelles façons d'aborder la fonction taxi. Le cabinet Roland Berger estime globalement à 35 % le taux de croissance annuel des activités liées à la mobilité partagée dans le monde d'ici 2020.

Figure 1.2
L'économie du partage dans le domaine du voyage



Source : What's Next for the Travel Sharing Economy? M. Velikova, 8/8/2014, Travlpeer.com

Le développement de l'économie du partage : des moteurs qui tournent à plein, des verrous qui sautent.

Le premier moteur, celui qui rend le partage envisageable, est de nature anthropologique : des objets (comme la voiture) et des lieux (comme le logement) avaient, dans les générations précédentes, certes une fonction utilitaire, mais ils constituaient aussi un support d'identité et d'expression de soi et faisaient l'objet d'un investissement symbolique très puissant. Cette appartenance des objets, ou de certains d'entre eux, à la sphère de l'intime est en régression pour une partie de la population : il est plus facile d'accepter de prêter une voiture ou d'ouvrir les portes de son logement à un inconnu quand ce qui est partagé n'est plus le support d'investissements symboliques aussi puissants que par le passé. C'est notamment le cas dans les jeunes générations. Il n'est plus rare aujourd'hui de voir des jeunes adultes aller vivre chez leurs parents quand ceux-ci partent en vacances... pour louer leur propre appartement de centre-ville.

Le second moteur, celui qui transforme une éventualité a priori rare en opportunités abondantes, ce sont les technologies de l'information et de la communication. Internet a fait sortir le « peer to peer » du domaine nécessairement restreint de l'échange entre personnes qui se connaissent, ou de l'échange entre voisins des vides greniers, et a rendu possible de multiples formes d'échange ou d'emprunt de biens entre inconnus¹³. Le domaine particulier de la mobilité, qui exige parfois ou souvent des ajustements en temps réel, bénéficie en sus des progrès fulgurants de l'internet mobile sur smartphone, et de technologies génériques, comme le GPS ou encore les ouvertures électroniques de portes et de moteurs de voiture.

Le verrou principal à l'échange entre particuliers, celui du manque de confiance¹⁴, a pu sauter, y compris dans un pays comme la France, marqué par le manque de confiance mutuelle¹⁵ avec

¹³ On peut noter le parallèle avec la parabole du boulanger d'Adam Smith : en situation de concurrence, il n'est plus besoin de connaître « son » boulanger pour avoir du bon pain, le marché se charge d'éliminer les « mauvais » boulangers.

¹⁴ La question de la confiance mutuelle est pour le prix Nobel d'économie Kenneth Arrow la principale explication du retard de développement de certaines sociétés. Elle est également centrale dans les réflexions sur la modernité du grand sociologue Antony Giddens.

¹⁵ Algan Yann et Cahuc Pierre, 2012 La société de défiance, Albin Michel

l'invention par ebay des commentaires et notations des parties prenantes à l'échange. Une personne qui se conduirait mal lors d'un échange se verrait dénoncé rapidement à la terre entière, sa e-réputation en serait ternie et il verrait sa capacité à échanger diminuer rapidement, voir s'éteindre. Il s'exclurait de lui-même de la communauté, sans besoin de recours à des procédures disciplinaires. On voit aujourd'hui des parents confier leur fille de 14 ans à un covoitureur, à la fois parce qu'il y a trace d'échanges préalables sur le site de covoiturage, que la jeune fille a un téléphone portable, et que le conducteur sait parfaitement qu'il sera exclu de facto de la communauté en cas de mauvais comportement. En outre, on ne peut pas totalement exclure, même s'il ne s'agit là que d'une hypothèse, que la baisse marquée de la confiance à l'égard de tout ce qui est institué s'accompagne d'un regain de confiance à l'égard de ceux qui inventent de nouvelles façons de vivre : on demande moins de garanties formelles aux agriculteurs de proximité que n'en donnent très officiellement la grande distribution...

Deux moteurs, plus récents, méritent d'être signalés. Le premier est très terre à terre, c'est celui des économies procurées par le recours à ces systèmes dans un contexte de stagnation des revenus et de recherche du « bon plan »¹⁶ ou du meilleur rapport qualité prix. Cette motivation très pragmatique est en forte croissance dans les années récentes dans toutes les enquêtes¹⁷. Une dernière motivation apparaît dans certaines interviews, sans qu'on puisse encore en mesurer le caractère déterminant : le plaisir retiré d'une participation à une économie alternative à l'économie traditionnelle et à ses acteurs qui ont beaucoup déçu. On peut citer pêle-mêle les banques et la crise financière, les garagistes dont les factures ne semblent pas toujours justifiées, ou la Sncf ou les taxis soupçonnés de profiter un peu trop de leurs situations de monopole pour pratiquer des tarifs jugés excessifs ou n'offrir qu'une qualité de service médiocre.

Les termes ayant vocation à rendre compte de nouvelles façons de vivre et de consommer (économie du partage, économie collaborative, économie circulaire, consommations émergentes) ne sont toutefois pas stabilisés, pas plus que les contours de cette nouvelle économie. Dans une vision très large, tout type d'échange de biens ou de services entre particuliers a vocation à entrer dans ce champ, même si des acteurs majeurs (comme ebay) ou plus modestes (les organisateurs d'une brocante) jouent un rôle de facilitateur. D'autres types d'échanges sont la plupart du temps considérés comme appartenant à ce champ, même si les transactions ne se font pas entre particuliers. C'est par exemple le cas, dans le domaine alimentaire, de la participation à une Amap¹⁸, ou dans le cas des déplacements au recours à un service d'autopartage. La frontière entre ces « nouvelles économies » et l'économie « traditionnelle » est ténue et poreuse : recourir à un service d'autopartage relève de la première catégorie, aux services d'un « grand loueur » à la seconde, mais il est probable que si l'autopartage se développait au point d'être un concurrent sérieux de la détention de voiture en propre, il passerait dans l'économie traditionnelle, comme le sont, par exemple, les services de taxis... Cette frontière ne peut pas non plus être fondée sur la taille ou la valeur des organisations facilitatrices : il y a des acteurs majeurs, dont les valorisations se comptent en milliards de \$, et des acteurs de très petite taille dont l'avenir n'est pas toujours assuré. On doit donc accepter un certain flou dans les définitions.

¹⁶ Voir l'essor, un peu plus ancien, des comparateurs de prix.

¹⁷ L'enquête de Guillemette Faure déjà citée (Le Monde 27/08/2014) suggère une piste voisine : l'économie collaborative pourrait être un moyen pour une partie de la classe moyenne éduquée, mais fragilisée dans son mode de vie à un moment de son existence : proposer sa voiture en location de temps en temps est un moyen de ne pas s'en séparer pour des raisons économiques, proposer une chambre en location permet de payer les charges, etc. « La nécessité crée des choses vertueuses, mais il ne faudrait pas en conclure qu'on est passé dans l'ère de la post-possession. », observe D. Chartier de D'cap Research, une agence d'études et de conseil à l'origine d'un observatoire sur les « solutions de débrouille sous la contrainte » Elle avait identifié « une révolution en cours dans la société française : le mariage de la débrouille et d'Internet.(...) un phénomène né du mariage du Web et de la crise » dans une interview à Rue 89 (12/11/2012) menée par Pascal Richer : « Crise et web ont généré une très large économie de la débrouille ».

¹⁸ Association pour le maintien d'une agriculture paysanne. Regroupement de consommateurs s'engageant à acheter un certain montant de produits à des petits producteurs locaux

Des pratiques un peu mieux connues, des zones d'ombre qui subsistent, un champ encore à baliser

Quelques (rares) études tentent de saisir l'ampleur des nouvelles pratiques de consommation. C'est le cas de l'Observatoire des consommations émergentes, mis en place par l'Observatoire Société et consommation, qui a sondé ces pratiques en 2012 et 2013. C'est aussi ce qu'a tenté de faire une étude d'Ipsos pour l'Ademe. Ces études, récentes, manquent de profondeur historique, et leurs auteurs en sont conscients. Ainsi l'Observatoire des consommations émergentes note-t-il que les pratiques d'échange, de troc, de revente ont toujours existé, mais que les nouvelles technologies proposées par une myriade de start-up permettent à la fois d'étendre la sphère des échanges potentiels, de procéder aux échanges avec confiance et de renouveler l'expérience d'achat et le plaisir qui lui est attaché.

L'édition 2012 de l'observatoire des consommations émergentes vise à situer les attitudes des Français par rapport à la consommation et à cerner les pratiques de consommation « qui sortent des sentiers marchands ordinaires ». Du point de vue des attitudes générales par rapport à la consommation, les Français se partagent en 4 groupes de taille voisine : ceux qui sont satisfaits de leur consommation actuelle, ceux qui voudraient pouvoir consommer plus, ceux qui aspirent à consommer moins mais mieux, et enfin ceux qui aspirent à consommer autant mais mieux. L'aspiration à mieux consommer ne repose pas sur le rejet de la consommation, mais sur une triple volonté d'optimiser ses dépenses, d'accéder à des produits de qualité¹⁹ et de faire un geste citoyen sur le plan environnemental et sociétal. Parmi les pratiques recensées figurent l'achat d'occasion (60 % de personnes), la revente d'objets détenus (49 %), l'emprunt d'objets à des proches (50 % dont 10 % pour une voiture), l'achat groupé via des sites internet spécialisés (37 %), le glanage (récupération d'objets déposés sur le trottoir : 38 %), la location d'un produit (19 %, hors automobile). Trois ressorts sont identifiés pour le développement de ces pratiques : les tensions sur le pouvoir d'achat, la facilitation par les nouvelles technologies et les préoccupations sociétales et environnementales. Globalement, l'Institut estime à cette date que la moitié des Français sont peu ou pas concernés par ces pratiques. Au sein de l'autre moitié, 48% sont qualifiés de « bioéthiques » avec des intérêts marqués pour le commerce équitable et les produits « bio », mais peu d'intérêt pour les autres pratiques alternatives. Les « éclectiques » (42 %) ont au contraire peu d'intérêt pour les questions alimentaires, mais un grand intérêt pour la recirculation des objets, les achats groupés, la location, qui ne semble pas fondé sur des valeurs particulières. Plus jeunes, plus grands consommateurs d'internet, ces pratiques qualifiées d'émergentes ou d'alternatives sont pour eux « ordinaires ». Les radicaux enfin (14 %) sont engagés dans l'ensemble des pratiques, et les raisons sociétales sont un ressort important de leur action.

La deuxième édition de l'Observatoire des consommations émergentes confirme le partage des Français en quatre groupes de taille sensiblement identique pour les attitudes à l'égard de la consommation. Elle note en revanche un certain recul des motivations sociétales et un progrès des motivations économiques, qui amène les auteurs de l'étude à considérer les consommations émergentes moins comme une critique de la société de consommation que comme de « nouvelles modalités de l'hyperconsommation ». Le diagnostic global est que ces pratiques, loin d'être un phénomène de mode, « sont en train de s'ancrer dans le corps social et de s'intégrer à la norme de consommation ». La mobilité est prise pour exemple. L'automobile est désacralisée et souvent ramenée à sa fonctionnalité. Du fait de son coût, son achat (notamment neuf) peut être victime des arbitrages de consommation. 17 % des Français déclarent avoir loué au moins une fois une voiture au cours de l'année, la moitié auprès de loueurs traditionnels, le quart par recours à des systèmes d'autopartage et le quart à des particuliers. Près d'un Français sur quatre aurait eu recours au covoiturage (un sur dix déclarant même une pratique régulière). 6 % de ceux qui ont loué ou covoituré déclarent avoir revendu leur voiture et 10 % de plus envisagent de le faire.

L'étude de l'Ademe propose sa propre définition des pratiques collaboratives : « une pratique qui augmente l'usage d'un bien ou d'un service par le partage, l'échange, le troc, la vente ou la location de

¹⁹ Par ordre d'importance décroissante : produits qui durent plus longtemps, bons pour la santé, plus respectueux de l'environnement, fabriqués localement, vraiment utiles, moins chers

celui-ci avec et entre particuliers ». Six pratiques sont analysées : la participation à une Amap²⁰, le covoiturage, la location de biens entre particuliers, la vente de biens à des particuliers, le troc et les achats groupés. Les cibles restent assez génériques : les objets ou services concernés par la location, la vente, le troc et les achats groupés ne sont pas spécifiés. C'est regrettable. L'enquête que nous avons menée pour le séminaire international « Acheter ou louer » montrait par exemple qu'on louait plus facilement des skis que des chaussures de ski, pour des raisons liées à l'hygiène et à l'intimité tout autant que pour des raisons fonctionnelles. Son intérêt principal est double. D'une part, elle éclaire sur l'extension des pratiques (voir tableau) et cerne les publics les plus pratiquants : ils sont en moyennes plus jeunes, plus actifs et dotés d'un capital culturel plus important que la moyenne. D'autre part, elle éclaire sur les motivations et logiques d'action : volonté de rencontrer des personnes ; préoccupations relatives à l'évolution de la société ; propension à la découverte d'expériences nouvelles ; volonté de faire durer les objets ; intérêt pour les « bons plans » en résumé, volonté de reprendre le contrôle de ses consommations.

Tableau 1.1

Part de la population (de 15 ans et plus) concernée par l'une des six activités « collaboratives »

	Vendre des biens à d'autres particuliers	Participer à des achats groupés	Échanger / troquer des objets	Covoiturer au moins une fois par mois / moins souvent	Louer ses biens à d'autres particuliers	Participer à une Amap
Pénétration de la pratique	52 %	23 %	11 %	8 % / 13 %	6 %	6 %

Source : Ipsos pour Ademe, 2012

Malgré les traits communs distinctifs de la population « pratiquante » en termes de génération et de motivations, les auteurs de l'étude sont amenés à constater avec surprise que chaque pratiquant ne pratique en général qu'une ou deux des six activités : c'est au cas par cas que les individus adoptent telle ou telle pratique. Il n'y a pas un type de « consommateur collaboratif », mais des consommateurs adoptant telle ou telle pratique en fonction de ses besoins et motivations.

Dans le cas du covoiturage, on observe toutefois une propension plus forte à la pratique chez ceux qui participent à une Amap ou louent et échangent des objets, alors que ceux qui vendent/ troquent des objets ne sont pas surreprésentés.

Tableau 1.2

Part de la population pratiquant régulièrement le covoiturage selon la pratique des autres activités collaboratives

	Vente de biens à d'autres particuliers	Participation à des achats groupés	Échange / troc d'objets	Location de biens à d'autres particuliers	Participation à une Amap
% de pratiquants réguliers du covoiturage	9 %	8 %	15 %	16 %	14 %

Source : Ipsos pour Ademe 2012

Tableau 1.3

Moyens de déplacements utilisés par la population générale et par les adeptes du covoiturage

	Voiture conducteur	Voiture passager	Transports urbains	Vélo personnel	Transport régional	Moto	Tgv	Vls	Auto partage	Avion
Ensemble	81	62	30	22	13	7	6	3	2	2

²⁰ Association pour le maintien d'une agriculture paysanne.

Covoitureurs	83	81	43	38	25	21	19	16	13	14
--------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Source Ipsos pour Ademe 2012

Lecture : dans l'ensemble de la population, 2 % des personnes pratiquent l'autopartage. 13 % des covoitureurs le pratiquent.

Il apparaît clairement que les covoitureurs appartiennent à une population hypermobile, qui utilise une beaucoup plus grande variété de moyens de déplacements que la population générale, tant pour les déplacements urbains que régionaux et à longue distance.

II L'AUTOMOBILE EN FRANCE : UN POIDS CONSIDERABLE DANS LA MOBILITE, DES PROBLEMES POUR DES POPULATIONS DANS DES SITUATIONS SPECIFIQUES.

L'automobile assure 83 % des distances parcourues par les personnes sur le territoire national. Cette position dominante est rendue possible par deux éléments essentiels :

83 % de la population adulte (de plus de 18 ans) dispose du permis de conduire, malgré la difficulté de l'examen et un coût moyen de la préparation de l'ordre de 1500 euros (beaucoup plus en cas d'échecs répétés). Cette proportion monte à 90 % pour les personnes « dans la partie active » du cycle de vie. Elle est en revanche nettement plus faible en bas de l'échelle sociale : 66 % des adultes des ménages du premier quartile de revenu disposent du permis, contre 95 % dans le quatrième quartile.

81% des ménages ont la disposition permanente d'au moins une voiture (46 % une seule, 35 % 2 ou plus). Seuls 5,1 millions de ménages (19 %), comptant au total 7,2 millions de personnes, n'en détiennent pas. À nouveau, les ménages du premier quartile des revenus ont un taux de non motorisation de 37 %, nettement plus élevé que la moyenne.

95 % de ces véhicules sont possédés par les ménages, 2 % prêtés par des relations, 2 % sont des véhicules d'entreprise et 1 % est en leasing ou location. Les cas les plus fréquents où une voiture est à disposition sans être possédée par le ménage concernent les étudiants ayant quitté le domicile familial, mais continuant à bénéficier d'aides familiales, les artisans dont le véhicule est détenu par l'entreprise et les cadres supérieurs qui sont nombreux à disposer d'une voiture de fonction.

La part de l'automobile dans les distances parcourues suggère que c'est le moyen de déplacement jugé le plus pratique par les gens pour la plupart de leurs déplacements. C'est en outre un moyen de déplacement relativement peu coûteux en moyenne, avec une dépense moyenne observée (amortissement, entretien, assurance, carburant, péages...) de 0,33 € / km, ou d'un peu plus de 4000 € par an et par véhicule.

Il n'en reste pas moins que c'est un moyen de déplacements dont les pouvoirs publics souhaitent réduire l'usage, pour différentes raisons : congestion de l'espace de circulation et de stationnement en ville, contribution aux nuisances urbaines, consommations pétrolières et contribution au changement climatique.

La voiture est aussi un objet qui a subi une forte dévalorisation symbolique (elle était un objet de fierté qui signait l'appartenance à la classe moyenne hier, d'autres objets assurent cette fonction aujourd'hui), ce dont témoigne d'ailleurs le vieillissement du parc en circulation, en Europe comme aux Etats-Unis. Cette dévalorisation s'accompagne du sentiment que sa détention et son usage sont de plus en plus onéreux, ce qui est objectivement faux.

Enfin, elle pose des problèmes spécifiques dans des circonstances spécifiques à des catégories spécifiques.

Dans les grandes villes, les difficultés de stationnement peuvent se transformer en casse tête pour ceux qui ne disposent pas d'emplacement privé de stationnement. En moyenne 13 % des véhicules stationnent sur la voie publique la nuit, et cette proportion passe à 23 % dans le centre des grandes villes, où le stationnement est souvent difficile, et où le coût d'un emplacement de stationnement privé peut dépasser 1000 euros par an.

Ceux qui ont opté pour les transports publics pour l'essentiel de leurs déplacements peuvent trouver coûteuses les charges fixes des véhicules (amortissement, entretien, assurance, garage) par rapport à l'usage effectif qu'ils font de leur (s) véhicules. Un tiers des véhicules roule moins de 7500 km par an, ce qui implique un coût au kilomètre parcouru plus élevé du fait d'un poids important des charges fixes.

Tableau 2.1
Répartition (%) des véhicules détenus selon leur kilométrage annuel

Moins de 2500 km	De 2500 à 5000 km	De 5000 à 7500 km	De 7500 à 10000 km	De 10000 à 12.500 km	Plus de 12500 km
7,8	12,8	10,1	19,0	8,8	41,5

Source : Enquête nationale Transport et déplacements 2008

À l'inverse, d'autres (qu'ils habitent dans les grandes villes ou en milieu rural) peuvent avoir de longs déplacements à effectuer très régulièrement (longs déplacements quotidiens vers le travail, longs déplacements de fin de semaine des « célibataires géographiques »²¹), et ces déplacements peuvent peser lourd dans leur budget.

Pour d'autres encore, même un usage « moyen » de la voiture peut représenter une charge lourde dans le budget, notamment lorsque les revenus sont faibles et que les dépenses de logement en absorbent déjà une part importante. Ainsi le poids de la dépense automobile dans le budget des ménages équipés du premier quartile vivant en milieu rural est-il de 24 %, contre 13 % pour la moyenne de l'ensemble des ménages.

Enfin, l'absence de voiture est en moyenne pénalisante parce que la voiture a façonné les territoires de vie (lieux de travail, lieux de loisirs et de consommation accessibles seulement en voiture). Elle peut être liée à une situation de mobilité, pour des personnes ayant fait le choix du train ou de l'avion pour se rendre sur un lieu de séjour. Le besoin de pouvoir bouger sur place contribue à expliquer à la fois la présence des grands loueurs dans les gares et aéroports et les efforts faits par l'opérateur ferroviaire pour développer l'accès à des moyens de déplacements individuels à l'arrivée en gare. L'absence de voiture est encore plus pénalisante pour ceux qui n'en disposent pas pour des raisons économiques et qui vivent dans des espaces peu denses où les services de transport public sont rares ou inexistantes. Pour autant, absence de voiture ne rime pas avec absence de mobilité automobile. Les 7,2 millions de personnes appartenant à des ménages sans voiture ont indiscutablement une mobilité plus limitée que les autres ménages (2,5 déplacements et 11,3 km par jour et par personne, contre 3,1 déplacements et 25 km par jour et par personne dans l'ensemble des ménages). Toutefois, l'usage d'une voiture ne leur appartenant pas assure 13 % de leurs déplacements et participe à 31 % des distances qu'ils parcourent (soit 3,4 km par jour en moyenne en voiture). Globalement, on compte donc de l'ordre de 2,3 millions de déplacements en voiture chaque jour par des ménages qui n'en disposent pas, soit de l'ordre de 2 % de l'ensemble des déplacements en voiture. Cette utilisation de voitures non détenues n'est pas nouvelle : ces parts de la voiture dans la mobilité des personnes non motorisées étaient identiques lors de l'enquête de 1994. Un focus sur les ménages « dans la partie active du cycle de vie » (ménages dont la personne de référence n'est pas étudiante et a de 25 à 65 ans) permet de distinguer les usages en tant que passager (en moyenne 2,8 km par personne et par jour) et en tant que conducteur (1,6 km par personne et par jour). Ces usages sont faibles dans les grandes villes (respectivement 1,7 et 0,8 km) où les alternatives à la voiture sont abondantes, mais nettement plus significatifs dans le milieu rural (respectivement 6,7 et 6,0 km par jour et par personne)²².

Le cas particulier de Paris et de sa banlieue sera souvent évoqué dans la suite, car ce territoire est celui où peuvent être testées de nombreuses alternatives à la voiture possédée, du fait qu'une part importante de la population y vit sans voiture, pour d'autres raisons que la seule contrainte financière. Seuls 42 % des ménages de Paris intramuros ont au moins une voiture. Chaque Parisien parcourt en moyenne 4,2 km par jour en voiture. 74 % des ménages vivant en banlieue possèdent au moins une voiture. Chacun des 7,2 millions de banlieusards parcourt en moyenne 13,5 Km en voiture par jour. Ensemble, ils produisent 106 millions de kilomètres en voiture chaque jour.

²¹ Expression utilisée par Blablaçar pour qualifier des couples qui ne vivent pas ensemble durant la semaine du fait de l'éloignement de leurs lieux de travail respectifs, mais qui souhaitent se retrouver aussi souvent que possible

²² Coudert X., Fontanes M., Orfeuill J.P., « La mobilité dans la France d'en bas », à paraître

III LE PARTAGE DE VEHICULES EN FRANCE : ETAT DES LIEUX, EVOLUTIONS RECENTES

Introduction

Conduire une voiture qu'on ne possède pas pouvait se faire dans le passé selon quatre modalités principales : emprunter la voiture d'un proche, conduire un véhicule appartenant à son entreprise, détenir une voiture en location de longue durée (leasing), louer ponctuellement une voiture à un loueur commercial (Hertz, Avis, Europcar...). Les modalités d'accès à une voiture non possédée se sont considérablement diversifiées aujourd'hui. On rend compte ci-dessous des principales, en laissant de côté tant les activités « classiques » des grands loueurs que les grands systèmes de vélos en libre service, du type Vélib, qui sont bien connus.

Beaucoup de ces services sont très récents, si bien que leur viabilité économique ne peut être établie. Pour la plupart de ces services, la philosophie et la consistance de l'offre sont assez bien connues. Il n'en va souvent pas de même pour la demande, si bien que les évaluations, tant économiques qu'environnementales, ne peuvent pas toujours être conduites.

Les plus pragmatiques : l'autopartage informel entre particuliers²³

Principe

Partage d'une voiture entre plusieurs ménages

Extension

Estimation de 35000 à 70000 « pratiquants » pour 20000 voitures au plus (0,07 % du parc français)

Investissement en matériel de transport

Aucun

Champ géographique : plutôt grandes villes

Motivations des pratiquants

Économiques et environnementales, pratiquants en général membres d'associations dans d'autres domaines

Description

Un particulier propriétaire d'une voiture peut la prêter occasionnellement à une autre personne si son contrat d'assurance le permet. Cette pratique occasionnelle reste mal connue. Des personnes, appartenant à des ménages différents, peuvent s'organiser pour partager l'usage d'une voiture sur des bases plus régulières. C'est notamment le cas de personnes disposant d'une voiture mais qui s'en servent très peu, et s'en seraient séparés s'ils n'avaient pas rencontré une (ou plusieurs) autres personnes prêtes à en partager les frais (ou, selon les cas, certains frais). C'est aussi le cas de personnes qui auraient envisagé l'achat personnel d'une voiture, mais ne l'ont pas fait après avoir rencontré dans leur entourage une personne équipée souhaitant la partager. Ce sont ces groupes de personnes qui ont eu une réflexion préalable et ont décidé de partager un véhicule sur des bases régulières, le plus souvent dans la plus grande informalité, qui sont la cible de l'étude d'Adetec (2009). Ce caractère informel rend évidemment toute évaluation du phénomène relativement hasardeuse..

L'étude estime que 10000 à 20.000 véhicules, et 35000 à 70.000 personnes sont dans cette situation. Il s'agit donc d'une pratique marginale (on compte 32 millions de voitures en France) et dont on ignore la dynamique (croissance ? décroissance ?).. Toutefois, les auteurs font remarquer avec raison que le nombre de véhicules et d'individus concernés par cette

²³ La source de ce paragraphe est le rapport d'Adetec pour l'Ademe (Adetec, 2009)

pratique est supérieur au nombre de véhicules et d'abonnés aux systèmes formels d'autopartage en France à la même date²⁴.

Selon l'étude, les groupes d'autopartageurs informels peuvent se trouver dans tous les groupes sociaux et sur tous les territoires, mais dans tous les cas, les membres de ces groupes sont très actifs dans les milieux associatifs. Les groupes sont constitués pour l'essentiel d'amis, avec une place assez marginale aux relations familiales et aux collègues de travail. Parmi les motivations mises en avant par les personnes interrogées l'optimisation de l'usage des véhicules et les économies dominant largement, suivies par la solidarité et la convivialité, qui précèdent les considérations environnementales.

L'échantillon constitué fait apparaître une très forte surreprésentation des résidents des villes centres des grandes villes. C'est sans doute ce qui explique que les propriétaires n'utilisent leur voiture en moyenne qu'une fois par semaine, et que les autres utilisateurs (on compte en moyenne deux utilisateurs en sus du propriétaire) ne l'utilisent qu'une à deux fois par mois. Cette faible fréquence d'usage explique que les usagers non propriétaires ne sont pas nécessairement des voisins : 20 % seulement des usagers non propriétaires sont à moins de 500 mètres du lieu de garage du véhicule, et 30 % sont à plus de 3 km.. Au total, chaque voiture partagée (par 3 personnes) a un kilométrage annuel proche de la moyenne. Il est essentiellement réalisé à l'occasion de déplacements de soirée et de fin de semaine, le plus souvent pour des parcours sortant de l'environnement habituel.

Les militants historiques, en ville : l'autopartage institué

Principe

Une entité, souvent associative ou coopérative, met à disposition d'abonnés un parc de véhicules qu'ils peuvent emprunter après réservation préalable.

Extension

Deux services d'autopartage existaient en 1999, 19 en 2008, une cinquantaine aujourd'hui avec 30 000 abonnés. Des services sont présents dans une vingtaine de villes françaises. Certains d'entre eux sont fédérés par le réseau Citiz (ex France autopartage). En janvier 2014, Citiz fédère 15 structures, présentes dans 19 villes et deux sites à vocation régionale. Courant 2013, on comptait environ 15000 abonnés et 700 véhicules dans ce réseau. Certaines structures à vocation plus commerciale (comme Mobizen à Paris) sont exclues de cette statistique.

Pertinence géographique : plutôt les grandes villes

Investissement en matériel de transport

Cette stratégie repose sur des véhicules dédiés à l'activité. Il y a donc achat (en fait le plus souvent location) de véhicules par l'acteur.

Intérêt public

À la suite des efforts de plusieurs hommes politiques, dont Roland Ries qui a été maire de Strasbourg, l'autopartage a été reconnu et codifié par la loi sur l'action publique locale (Mapam) de 2014.

Néanmoins son développement n'a jamais connu en France celui qu'il a connu en Suisse, avec Mobility car sharing²⁵. Parmi les explications possibles figurent les facilités de stationnement accordées aux résidents dans la plupart des villes françaises, depuis la réservation d'espaces de voirie au seul stationnement des résidents aux tarifs très préférentiels dont ils bénéficient sur justification de domicile. Il est probable qu'en outre aujourd'hui ces

²⁴ A cette date, Autolib n'existait pas.

²⁵ 105000 abonnés pour 2650 véhicules et 1350 stations, dans un pays de 8 millions d'habitants en 2012.

systèmes soient ponctuellement concurrencés par les systèmes de location entre particuliers (voir ci-dessous), qui affichent des audiences supérieures, malgré une disponibilité moins assurée, et par des systèmes en trace directe, comme Autolib, qui bénéficie des réflexes acquis lors du développement des systèmes de vélo en libre service.

Description

Une entité, appartenant la plupart du temps à la sphère de l'économie sociale et solidaire, met à la disposition d'abonnés un parc de véhicules localisés dans une ou plusieurs stations dans une ville. La proposition d'emprunt de la part d'un abonné (et l'accord de la société) se fait par internet. La prise en main du véhicule se fait automatiquement par voie électronique (réception d'un code d'accès par internet ou smartphone).

Après usage, le véhicule doit être retourné à son point de départ. On parle d'usage « en boucle », contrairement à l'usage « en trace directe » d'Autolib, où on laisse le véhicule dans une station proche de sa destination.

La tarification est fondée sur la souscription d'un abonnement et d'une facturation à l'usage fonction de la durée totale d'emprunt et de la distance parcourue. Citiz estime un coût moyen global de 0,5 euros / km pour ses usagers, contre 0,3 dans l'autopartage informel entre particuliers et 0,7 dans des structures comme Autolib. Différents niveaux d'abonnement peuvent se traduire par différents niveaux tarifaires à l'usage. Le coût comptable global du système dépend de décisions des pouvoirs publics : offrir ou non les espaces de stationnement des véhicules, participer au système via l'économie mixte, etc.

Le client type de ce genre de système est une personne qui peut réaliser l'essentiel de ses déplacements habituels en ville avec les transports collectifs et le vélo, mais qui a occasionnellement besoin d'un véhicule, par exemple pour se rendre chez des amis habitant en grande banlieue de temps en temps et qui a la chance d'avoir une station d'autopartage pas trop éloignée de chez lui.

D'après une enquête auprès des usagers de ces systèmes hors d'Île-de-France réalisée par le cabinet 6t (2013), l'autopartage entraîne des bénéfices significatifs pour les collectivités qui souhaitent amoindrir la pression automobile sur leur ville. Pour les répondants (60% qui adhèrent depuis moins de trois ans), l'autopartage est économique (46%), pratique (45%), et écologique (31%). Les adhérents sont des automobilistes qui roulaient peu (5 246 km par an) et qui roulent encore moins depuis leur adhésion (3 155 km par an dont 1 477 km en autopartage). L'adhésion réduit la possession de voiture : avant leur adhésion, les répondants étaient 39% à ne pas avoir de voiture, 50% à en avoir une et 11% deux et plus. Ils sont respectivement 78%, 18% et 4% après. Les déplacements se reportent vers la marche à pied (30%), le vélo (29%), les transports collectifs urbains (25%), le train (24%), le covoiturage (12%). Le cabinet estime aussi que chaque voiture proposée en autopartage remplace 9 voitures personnelles et libère ainsi 8 places de stationnement.

Il entraîne aussi des bénéfices en termes d'économie de la fonctionnalité. Dans son ensemble, le réseau France autopartage proposait 650 voitures à 14000 abonnés, qui font chacun 1477 km par an. Chaque voiture en autopartage parcourt donc environ 31800 km par an, ce qui est le triple d'une voiture possédée par un citoyen.

Globalement, on peut donc estimer que l'autopartage en boucle produit des effets très significatifs sur chaque personne adoptant le système, mais qu'en revanche, son potentiel

d'adoption est assez faible au sein de la population, du fait du besoin de proximité aux stations : 52 % des usagers habitent à moins de 5 minutes à pied d'une station, et 28 % de 6 à 10 minutes.

Ces bons résultats en termes de capacité des systèmes à faire évoluer l'usage des moyens de déplacements ne doivent pas faire oublier que leur économie dépend de deux paramètres fondamentaux :

- La densité de clients potentiels autour des stations, car il faut aller chercher le véhicule en station et l'y redéposer. Elle dépend d'abord de la densité habitante locale (et de la densité d'emploi, quand on propose des offres aux professionnels), et c'est la raison pour laquelle l'essentiel de l'offre (et la demande : 69 % des usagers habite en ville centre) est localisée dans les villes centres. Elle dépend ensuite du profil de la population (proportion de jeunes, de ménages sans enfants...), plus susceptibles de pouvoir se passer d'une voiture, qui joue sur la probabilité d'adoption. Elle dépend enfin de la qualité des autres services (desserte en transport en commun, facilité d'usage du vélo, offre commerciale) qui permettent de s'affranchir de la voiture pour la plupart des déplacements et, à l'inverse, des difficultés, notamment de stationnement, induites par la détention d'un véhicule peu utilisé. Tous ces éléments doivent être appréciés localement, à l'échelle d'un quartier ou d'un sous-quartier.

- La répartition temporelle des usages du service. Un système qui ne serait très sollicité qu'en dehors des périodes routinières (les fins de semaine, en soirée pour les loisirs...) ne parviendrait pas à atteindre son but de partage, et ne permettrait pas d'atteindre un objectif de rentabilisation de la flotte proposée. C'est la raison pour laquelle ces offres doivent aussi s'ouvrir à des usages de professionnels, souvent des petites entreprises dont la variabilité de l'activité peut entraîner des besoins ponctuels excédant les capacités du parc disponible, et à des usages de personnes venues en ville sans leur véhicule personnel. Pour répondre à ce dernier besoin, il faut que l'abonné d'une ville puisse utiliser le service proposé dans une autre ville, ce qui se fait très simplement en Suisse où « Mobility » est une structure nationale, et ce qui se fait désormais en France par accord entre les services.

L'autopartage à Paris : l'exemple de Mobizen

L'autopartage a été créé à Paris en 1999 par Caisse commune. Une structure plus commerciale, Mobizen, a vu le jour en 2007. Les deux structures ont été rachetées par des exploitants de transport public (Transdev et Véolia), puis fusionnées. Aujourd'hui, les deux structures fusionnées sous le nom de Mobizen sont la propriété de Communauto, la plus grosse structure d'autopartage du Québec (Canada), qui a un partenariat avec Ada, un grand loueur plutôt positionné sur le segment du low cost et de la location de proximité, avec une flotte d'utilitaire importante. Courant 2013, 112 véhicules sont partagés par 2437 abonnés actifs (22 abonnés par véhicule). Mobizen n'est pas tout à fait seul sur le créneau à Paris. Des grands loueurs, comme Hertz, proposent des formules de location de courte durée (Hertz on demand). Par ailleurs, Avis a annoncé fin 2014 son souhait d'implanter sa filiale Zipcar à Paris. Mobizen ne propose qu'un petit nombre de types de véhicules à la location : Mercedes classe A (issue de Mobizen), Renault Clio (issue de Caisse commune), Toyota Yaris et un utilitaire (le Kangoo de Renault). La tarification repose sur un dépôt de garantie de 150 euros (remboursable), portée à 500 euros pour un usage unique (c'est la franchise de l'assurance) et trois tarifs d'abonnement, qui ouvrent à des tarifications différenciées des usages, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 3.1
Grille tarifaire de Mobizen en 2014

Abonnement mensuel (euros/ mois)	Abonné			Non abonné
	25	9	3	3 euros/ usage
Par km, jusque 50 km	0,26	0,36	0,41	0,21
Par km, au delà de 50 km	0,26	0,26	0,31	
Par heure	1,5	2	2,3	4,6
Par jour	15	20	23	46
Accès au tarif longue distance	oui	oui	oui	non

Source : site web de Mobizen, consulté en septembre 2014

La tarification pour un usage à longue distance est de 29,95 euros par jour, auquel s'ajoutent 0,21 euros par km jusque 300 km, 0,15 euros au delà. Les tarifs s'entendent carburant et assurance (avec franchise de 500 euros) inclus pour les abonnés. Ceux-ci peuvent la racheter au prix de 54,5 euros par an. Une nouvelle étude de 6t, comparant Mobizen et Autolib, a été publiée en 2014. Elle permet d'appréhender les comportements de déplacements avant et après adhésion au système. L'adhésion à Mobizen se traduit par une baisse drastique de la détention de voiture personnelle, et à une chute de son usage (127 km en voiture par mois en moins par abonné). Globalement, contrairement aux villes de province où les usages du transport public et du vélo croissent significativement après l'adhésion, aucun des autres modes ne progresse ni ne régresse.

Tableau 3.2
Équipement automobile et usages des moyens de transport en ville par les usagers de Mobizen

	Avant adhésion	Après adhésion
Motorisation		
Sans voiture	56	87
Une voiture	41	10
Deux voitures ou plus	3	3
Moyens de transport utilisés au quotidien*		
Voiture personnelle	9	1
Transport en commun	64	65
Vélo	11	10
Vélo en libre service	5	7
Marche	35	36
Deux-roues motorisés	8	8
Autopartage	-	0,2

* Il ne s'agit pas stricto sensu de part modale.

La location sociale de véhicules : une forte diffusion sur le territoire, mais des systèmes qui restent de faible taille dans chaque département

Principe

Des personnes au chômage ou vivant de minima sociaux et ayant trouvé un emploi se voient proposer un véhicule en location de moyenne durée (jusque 3 mois) à un tarif « hors marché » s'ils trouvent un emploi et qu'un véhicule est nécessaire pour assurer le déplacement vers le travail.

Extension

Cette innovation, née dans un département rural au milieu des années quatre-vingt-dix, s'est diffusée dans la plupart des départements ruraux et dans des périphéries d'agglomération, mais, dans chaque implantation, les nombres de véhicules mis à disposition restent inférieurs aux demandes.

Champ de pertinence géographique

Milieus ruraux et suburbains

Investissement en matériel de transport :

Oui, des cyclomoteurs aux voitures, en passant par des utilitaires légers

Description

Une entité (entrepreneur social, entreprise d'économie sociale et solidaire) met à disposition de personnes en situation d'insertion professionnelle des véhicules pour leur permettre des recherches d'emploi (mise à disposition ponctuelle) ou l'accès à un emploi trouvé (mise à disposition pour quelques mois) à un tarif très inférieur au marché (autour de 10 euros par jour, assurance comprise, mais sans prise en charge du carburant). Les financements sont assurés pour partie par l'État (directions régionales du travail et de l'emploi), pour partie par les conseils généraux²⁶. Le dispositif est aussi ouvert aux travailleurs intérimaires, pour qui le Fast²⁷ a systématisé l'accès. À titre d'exemple, dans la seule région Midi Pyrénées, 400 intérimaires par an bénéficient de ce service, ce qui permet d'assurer de l'ordre de 8000 journées de travail.

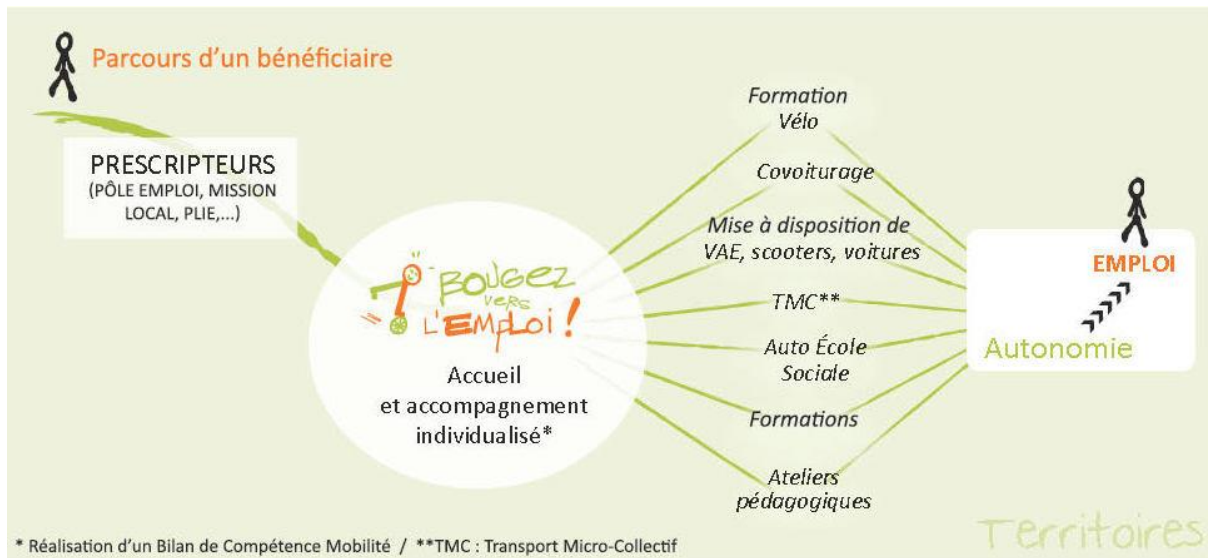
Parti d'un département rural (le Lot, à l'initiative de Jean-Pierre Clair, avec Auto insertion lotoise en 1995, dont le champ d'action s'étend aujourd'hui à toute la région Midi Pyrénées), ces dispositifs se sont fortement diffusés dans la plupart des départements où l'usage de véhicules individuels est nécessaire pour rejoindre un emploi. Le Forum « Mobilité et insertion sociale », organisé par l'Institut pour la Ville en Mouvement en 2005 à Saint-Nazaire, a constitué un temps fort de cette prise de conscience.

L'activité de location sociale de véhicules est souvent combinée avec d'autres prestations liées à la voiture : garages solidaires pour des réparations à prix maîtrisé, autoécoles sociales, apprentissage du vélo et du maniement d'outils de mobilité (cartes, plans...). Elle est aussi combinée avec des aides à la recherche d'emplois ou de formations, et, parce que l'exclusion amène souvent à des problèmes ou addictions, à des activités de nature plus psychologiques (dialogue, suivi « moral » des bénéficiaires...).

²⁶ Les conseils généraux sont les structures politiques qui pilotent les départements. Les départements sont des structures administratives créées après la révolution française. Leur taille a alors été définie comme celle qui permet un parcours à cheval de tout point au chef lieu du département. Il y en a aujourd'hui 95 en France, soit une superficie moyenne de 6000 km². Les conseils généraux ont la responsabilité de l'action sociale, et en particulier de la gestion des bénéficiaires de minima sociaux et de la réinsertion professionnelle.

²⁷ Fonds d'action sociale du travail temporaire (intérim).

Figure 3.1
Parcours type d'un bénéficiaire selon Wimoov



Source : site internet de Wimoov

Ces structures locales sont le plus souvent fondées par des entrepreneurs sociaux connaissant bien leur territoire. Une structure nationale (Wimoov, anciennement Voiture and co) adossée au groupe Sos, grande entreprise diversifiée du champ de l'économie sociale et solidaire, tend aujourd'hui à les regrouper. Wimoov compte aujourd'hui 70 salariés, fait un chiffre d'affaires de 5 millions d'euros (accompagnement vers l'emploi et actions de sécurité routière). Elle est présente dans 6 régions avec 9 plateformes locales. Sa visibilité nationale lui permet de mobiliser, au-delà des financements publics, des financements de fondations de grandes entreprises. Elle accompagne de l'ordre de 1500 personnes par an vers l'emploi, avec un taux de succès légèrement supérieur à 50 %. Elle estime qu'un euro investi dans les actions d'aide à la mobilité pour le retour vers l'emploi se traduit par un gain de 6 euros pour la société dans son ensemble.

L'autopartage en trace directe : l'exemple d'Autolib à Paris

Principe

Les voitures en libre service sont une forme particulière de l'auto-partage qui se caractérise par une disponibilité nettement plus grande dans l'espace public et par l'absence d'obligation de rendre le véhicule là où on l'a pris (usage en « trace directe »). Les premières expériences françaises ont vu le jour à Montpellier (en 1970, avec des Simca 1000) puis, sous l'impulsion d'une politique nationale de développement de la première génération des véhicules électriques, à Saint-Quentin-en-Yvelines et à La Rochelle. Si l'expérimentation de Saint-Quentin-en-Yvelines n'a pas trouvé sa clientèle, celle de La Rochelle a fait figure de référence jusqu'au milieu des années 2000.

Le système le plus développé en France est Autolib, dont le principe est décalqué de Vélib : on emprunte un véhicule dans une station proche de son point de départ, on le laisse dans une station proche de son point d'arrivée.

Autolib est une flotte de véhicules tous identiques (les Blue car de Bolloré, 4-5 places, tous électriques), offerts à la location de courte durée dans des stations équipées de bornes de recharge (de l'ordre de 5 bornes par station). On devient usager par enregistrement d'une pièce d'identité, d'un permis de conduire et d'une carte bancaire dans les stations ou par

internet. On se voit alors délivrer un badge qui permettra d'accéder aux véhicules pour la période d'abonnement souscrite (qui va de 1 jour à 1 an). L'utilisateur emprunte un véhicule dans une station et le dépose, à la fin de son trajet, dans la station la plus proche de sa destination. Des applications pour smartphone permettent à l'abonné de repérer le véhicule disponible le plus proche et de réserver une place de stationnement à destination. Le service est dit « en trace directe » : on laisse le véhicule (et le contrat de location est interrompu) lorsqu'on a atteint sa destination.

Extension

Ce service a été conçu par un syndicat mixte regroupant une quarantaine de communes autour de Paris. Le service est aujourd'hui présent dans 62 communes. Il est assuré par une filiale du groupe Bolloré (un grand industriel ayant dans son portefeuille d'activités le développement d'une batterie innovante). Paris a été son premier site d'implantation.

Champ de pertinence géographique

La partie dense des agglomérations

Investissement en matériel de transport

Oui, les véhicules sont dédiés à l'activité. Un investissement significatif en bornes de recharge doit être également prévu.

Description

Origine du système et développement

À la suite du succès de Vélib, Bertrand Delanoé, maire de Paris et candidat à sa succession en 2008 a proposé dans sa campagne électorale la mise en place d'un système de voitures électriques (Il est connu pour sa position ouvertement pronucléaire en France) en libre service. Il s'est ainsi démarqué de son adjoint écologiste Denis Baupin (qui se présentait d'ailleurs sur une liste concurrente). Il a pensé d'entrée de jeu le système à l'échelle intercommunale de la zone dense, et répondu ainsi aux critiques qui ont vu, tant dans politique de gestion de la voirie que dans le développement de Vélib, une politique excessivement communale ignorant la perspective métropolitaine. Il a donc proposé à 81 communes du cœur dense de l'agglomération de participer au dispositif²⁸. Une structure intercommunale dédiée a été créée : le syndicat mixte Autolib' en 2009 (devenu Autolib' Métropole en 2013). 19 communes y ont participé au départ. Le syndicat a rédigé le cahier des charges du service souhaité, puis élaboré un appel d'offres soumis à des exploitants potentiels.

Six candidatures ont été déposées en 2010. 4 ont fait l'objet d'une présélection : un exploitant de transports urbains (Véolia), un groupement entre un loueur (Avis), un exploitant de parking (Vinci Park), et des opérateurs de transport (Ratp, Sncf), un industriel (Bolloré) et un loueur (Ada). Le syndicat mixte a choisi Bolloré. Il semble qu'il l'ait fait notamment parce que Bolloré acceptait une prise de risque privée importante, alors que les offres concurrentes cherchaient à reporter au moins une partie du risque commercial sur la puissance publique.

La perspective annoncée par Bolloré au départ (le lancement date d'octobre 2011) est de 200 000 abonnés au bout de trois à quatre ans, pour 3000 voitures et 1100 stations²⁹ (dont 700 à Paris, soit 7 par km²), qui disposent de 4 à 7 places équipées de bornes de recharge et d'écrans tactiles permettant de trouver les véhicules les plus proches si la station est vide.

Le système est déployé progressivement. À la fin de 2013, on compte 841 stations en service,

²⁸ La possibilité d'adhérer au syndicat Autolib est aujourd'hui ouverte à 412 communes.

²⁹ On en est à 2500 voitures, 873 stations et espaces et 5000 bornes de charge et places de stationnement en juillet 2014

dont 60 % à Paris intra-muros et un total de 4266 bornes. 48 communes étaient présentes à la mise en service du projet. Fin 2013, le syndicat (désormais baptisé Autolib métropole) comprend 59 communes, 6 structures intercommunales, un département (les Hauts de Seine) et deux établissements publics. Le système dessert quelques communes des départements de grande couronne. Le périmètre des communes adhérentes est de 382 km² (2,2 stations par km²). Il représente un bassin de plus de 3 millions d'emplois et de 3,5 millions d'adultes en âge de conduire.

Lors de sa (courte) histoire, le système aura rencontré quelques difficultés juridiques. Le droit d'utiliser la marque Autolib sera contesté amicalement par la ville de Lyon, qui l'avait utilisé auparavant, et devant les tribunaux par Europcar qui avait développé une formule « Autoliberté ». Au départ du système, la société avait recruté des ambassadeurs, présents dans des stations (couvertes mais non fermées, les « espaces autolib »), qui avaient une mission de marketing et d'aide à l'inscription aux clients potentiels, qui se faisait par scan de documents en station. L'inspection du travail a interdit cette pratique de travail dans des espaces non chauffés l'hiver et sans toilettes. Le caractère écologique du système, mis en avant par la communication d'Autolib, a été contesté par une association antinucléaire, et l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité a donné raison à cette association.

Autolib aujourd'hui

Le système poursuit sa montée en charge. 40974 abonnements ont été vendus en 2013, contre 18775 en 2012. On compte 26 abonnés pour 1000 habitants (de tous âges) à Paris, et 13 dans les communes de banlieue équipées. 2,7 millions de trajets ont été réalisés. Une partie de ses bornes de recharge sont ouvertes à des clients externes disposant de véhicules électriques, ce qui ne pose pas de problèmes de congestion du stationnement aujourd'hui du fait du très faible nombre de ces véhicules. Des abonnements à destination des entreprises, avec plusieurs cartes par abonnement et une tarification adaptée, ont été mis en place.

Autolib s'est installé dans le paysage (71 % des personnes ayant souscrit un abonnement d'un an ont renouvelé leur abonnement, ce qui est un très bon indice de satisfaction), mais pas vraiment dans les cœurs, en particulier des partisans de la mobilité durable (il faut dire qu'un des messages du site, consulté le 17 septembre 2014, est « oubliez la galère des transports en commun », ce qui n'est pas une communication très favorable à l'intermodalité). Plusieurs raisons y contribuent. C'est un système fondé sur la voiture, c'est un système exploité professionnellement et sur des bases commerciales par une société qui contribue à l'image d'un grand patron influent, ce qui est rarement considéré comme positif en France...

Peut-on, avec les éléments dont on dispose aujourd'hui, former un jugement argumenté sur un système qui a été promu politiquement au nom de la mobilité durable ? C'est ce que nous tentons de faire ci-dessous.

Autolib et l'économie de la fonctionnalité

Tous les systèmes de voiture partagée reposent sur l'idée qu'un même véhicule, dès lors qu'il est partagé, est plus utilisé qu'une voiture possédée « qui roule 5 % du temps et est à 95 % à l'arrêt », selon la formule consacrée. Le parc moyen de Bluecar en exploitation est de 1800 voitures en 2013. Ces voitures ont été utilisées 2,7 millions de fois, pour des trajets de 9,1 km. On peut donc estimer que chaque véhicule du parc a roulé 13650 km dans l'année. L'usage est donc un peu plus intense que celui d'une voiture détenue par un Parisien (environ 10000

km / an) ou qu'un banlieusard (environ 11700 km par an). Il est nettement plus intense si l'on ne s'intéresse qu'aux usages des véhicules personnels sur le territoire de l'Île-de-France (8500 km environ, hors déplacements externes à la région).

Ce bilan est favorable, mais pas spectaculaire. Il doit toutefois être nuancé par l'importance des installations fixes dédiées (bornes de recharge, stations...) et centralisées (centre d'appel, espaces d'entretien...) qui ont, comme les véhicules, un contenu en énergie, métaux, matériaux... On note en particulier qu'entre 50 et 70 véhicules sont à réparer chaque jour³⁰, ce qui est beaucoup...

Autolib et les changements d'habitudes modales

On reprend au tableau ci-dessous les estimations fondées sur l'enquête lourde réalisée par le bureau 6t (6t, 2014). On observe chez les nouveaux abonnés une diminution de la détention de voiture (qui fait dire au bureau d'étude qu'une Bluecar remplace 3 voitures) ainsi qu'une diminution de la détention de deux-roues motorisés (-15 %). Chaque usager d'autolib réduit de 43 km par mois ses distances parcourues en voiture et de 42 % sa fréquence d'usage des scooters et motos. Il réduit aussi son usage des transports collectifs, ce qui ne peut manquer de donner lieu à controverse. L'étude note aussi une forte diminution de l'usage du taxi. Les usagers au moins hebdomadaires de ce mode passent de 19 % à 6 %, tandis que ceux qui ne l'utilisaient jamais passent de 11 à 20 %.

Tableau 3.3

Niveau d'équipement et part des usagers utilisant quotidiennement les différents modes de transport à disposition en ville par les usagers d'Autolib avant et après leur adhésion.

	Avant abonnement autolib	Après abonnement autolib
Equipement du ménage (%)		
Pas de voiture	50	60
Une voiture	37	30
2 voitures ou plus	13	10
Moyens de transport utilisés au quotidien *		
Voiture personnelle	13 %	5 %
Transport en commun	61 %	50 %
Vélo personnel	3 %	2 %
Vélo en libre service	4 %	4 %
Marche	25 %	23 %
Deux-roues motorisés	9 %	5 %
Autopartage	-	16 %

* il ne s'agit pas stricto sensu d'une répartition modale, mais des proportions d'usagers déclarant utiliser ce mode

Autolib et l'économie classique

La société Autolib a déclaré en 2012 un effectif moyen de 449 personnes. On prendra cet effectif pour 2013 (pure hypothèse), sachant que les tâches de marketing (prospection de clientèles nouvelles) peuvent être en diminution tandis que celles impliquées par le déploiement du parc, des stations (entretien) et de la croissance des usagers (assistance, centres d'appel, réparations) sont assurément en augmentation. Avec en moyenne 1800 véhicules au parc en 2013, cela implique 250 emplois pour 1000 voitures. L'équivalent dans le système classique de l'automobile possédée est représenté par l'ensemble des personnes

³⁰ Les chauffards coûtent cher à Autolib, Delphine de Mallevoüe, Le Figaro, 09/10/2014

employées dans les activités de vente, entretien, et réparation de véhicules, ainsi que dans la vente de carburants. On en compte en 2012 530.000 pour un parc de 32 (voitures) à 38 millions (voitures et véhicules légers)³¹, soit 14 à 17 emplois pour 1000 véhicules. L'intensité en travail salarié est donc de l'ordre de 15 fois plus élevée que dans l'usage « classique » des véhicules. Ce n'est pas a priori un argument condamnant le système. Cette intensité est beaucoup plus élevée pour les taxis, où l'on compte un peu plus d'un conducteur pour un véhicule (qui roule beaucoup plus).

Le groupe Bolloré en chiffres

Le groupe Bolloré en 2013, c'est :

10,8 milliards de chiffre d'affaires

606 millions de résultat opérationnel

Répartis entre

Une branche communication (1,84 milliards de CA, 194 millions de résultats)

Une branche de transport (notamment en Afrique) : 8,7 milliards de CA, 580 millions de résultats³²

Une branche électrique : stockage, blue solutions (batteries), blue applications (autolib...) 223 millions de CA, -126 millions de résultats)

Autolib est une société du groupe Bolloré, dont le capital est de 40 millions d'euros. Avec 393 employés en 2013, l'effectif de cette entreprise a diminué de -12.47% par rapport à 2012. Toujours en 2013, le chiffre d'affaires a connu une croissance de 168 % par rapport à 2012 pour s'établir à 21 754 000 Euros et le résultat net (-49 571 000 Euros) était en hausse de 20 %. Sur la même période, la rentabilité commerciale de l'entreprise (qui est la capacité de la société à générer du résultat net en fonction de son chiffre d'affaires) a varié de +70% pour s'établir à -228%³³.

Toutefois, si le nombre d'emplois d'entretien reste aussi nettement plus élevé que le nombre d'emplois nécessaires à l'entretien des véhicules possédés, il paraît assez difficile de justifier ce type de système comme une alternative globale à « l'automobile en ville » en termes économiques, d'autant que les avantages en termes d'économie de la fonctionnalité et de mobilité durable restent mesurés, et limités à la baisse de la pollution locale. Les résultats comptables négatifs de 2012 (-61,7 millions de résultat net et - 43,8 millions d'excédent brut d'exploitation) sont sans doute en partie liés à la phase de démarrage³⁴ ; mais ils montrent aussi l'ampleur du chemin à parcourir pour atteindre l'équilibre. Ils doivent être rapprochés d'un chiffre d'affaires (abonnements+ dépenses d'usage) de l'ordre de 30 millions d'euros, signifiant que, pour les usagers, le kilomètre revient à 1,2 euros environ. C'est 4 fois plus que le coût complet moyen d'usage d'une voiture personnelle (hors frais de stationnement), mais ce peut être moins cher si l'on intègre, pour le véhicule personnel, les frais de stationnement dans une zone tendue (autour de 3 euros de l'heure), sans compter les soucis de recherche que les stations autolib permettent d'amoinrir.

Il est vrai qu'il faut aussi compter en positif l'effet d'image pour le groupe Bolloré, et pour la société Autolib elle-même, qui a aujourd'hui des projets à Bordeaux, Lyon et Indianapolis, et les effets d'apprentissage. Un accord entre Bolloré et Renault, « qui laisse une place à Psa » selon Vincent Bolloré, prévoit des usages possibles de Zoe (une citadine électrique plus petite que les bluecar) et le développement d'un véhicule à deux / trois places, mais ses contours restent pour l'heure un peu flous. On retiendra en tout cas une certitude : le marché du libre service en trace directe doit être réservé, par sa nature, à des acteurs ayant les reins très

³¹ Source : CCFA L'industrie automobile française, Édition 2012

³² Infos de Enjeux les Echos, juin 2014

³³ Consultation société.com

³⁴ Consultés le 18/09/2014 sur société.com. ils doivent être comparés à un chiffre d'affaires en provenance des usagers (abonnements et coûts d'usage) de l'ordre de 30 millions d'euros

solides et une capacité à ne pas dégager de cash flow pendant de nombreuses années.

Les autres systèmes en trace directe : Car2go, Ha :mo, Wattmobile

On ne prétend pas ici recenser tous les systèmes. Le plus important (à l'échelle du monde) est sans aucun doute Car2go, proposé par Daimler. On s'intéressera aussi à Cité Lib by Ha :mo, lancé à Grenoble en septembre 2014, et à la collaboration entre la Sncf et Wattmobile. Ces services sont regroupés ici parce qu'ils révèlent une tendance nouvelle, et sans doute durable : la location de véhicules à caractéristiques adaptées aux territoires urbains, par leur taille ou par leur énergie, là où Autolib communique sur « 4 vraies places et un coffre de 350 litres », c'est-à-dire une « vraie » voiture, dont on peut douter qu'elle soit adaptée à la majorité des usages urbains, même si elle est électrique...

Car2go

Principe

Une flotte de véhicules géolocalisés par Gps et accessibles par code est répartie sur la voirie d'une ville, sans recourir à des stations prédéfinies. Une application par smartphone permet à l'abonné de repérer le véhicule disponible le plus proche et de l'emprunter. Le service est en trace directe sans station : on laisse le véhicule lorsqu'on a atteint sa destination.

Extension

Ce service est proposé par Daimler (Mercedes) et adopté dans une trentaine de villes du monde. La seule implantation en France a concerné l'agglomération lyonnaise pendant quelques mois. Un conflit de marque (une société Car go a fait valoir ses droits) a amené Daimler à se retirer.

Champ de pertinence géographique

Villes

Investissement en matériel de transport :

Oui, service fondé uniquement sur des Smart 2 places, partout dans le monde.

Description

Le principe du service a été expérimenté dans une ville moyenne allemande, Ulm, en 2008. Depuis, Car2go a exploité 10.000 véhicules dans 26 villes de 8 pays différents (actuellement : Allemagne, Autriche, Canada, Etats-Unis, Italie, Pays-Bas, et expériences arrêtées en France et au Royaume-Uni). La compagnie verse aux villes concernées une redevance, en échange du droit d'occupation de l'espace sur le territoire de la ville et dispense ainsi ses usagers de payer directement le stationnement. Les usagers paient le service à la minute d'utilisation, avec un prix marginal décroissant en fonction du temps d'usage (par exemple, passage à une tarification horaire au-delà d'une heure). Dans certaines villes, l'abonnement peut aussi être payant. Le tarif couvre l'intégralité des frais (carburant, stationnement, assurance...).

On ne dispose pas aujourd'hui d'information sur l'équilibre économique de ces systèmes.

Cité lib by Ha :mo

Le service, prévu pour 3 ans à un stade expérimental, est fondé sur une collaboration entre l'électricien historique en France (Edf) et le constructeur automobile Toyota. 70 petits véhicules urbains 100 % électriques (35 i-road et 35 coms) sont proposés à des personnes abonnées à la location de courte durée en trace directe entre 27 stations situées à proximité de points majeurs du réseau de transport collectif localisés dans 6 communes de l'agglomération. Les tarifs prévisionnels sont de 3 euros pour le premier quart d'heure, 2 euros pour le second, un euro pour le troisième, et des tarifs préférentiels sont prévus pour les abonnés du réseau de transport urbain, des Ter et des systèmes de vélos en libre service.

Wattmobile, réseau de petits véhicules urbains électriques disponibles en gare

Principe

Des abonnés peuvent louer des petits véhicules électriques (à 4 roues : twisy) et à 2 roues (e vivacity, scooter électrique de Peugeot) disponibles dans des stations comportant 7 à 10 véhicules (et autant de bornes de recharge) à leur arrivée en gare. Ces véhicules sont géolocalisés en permanence par Gps.

Extension

Passage de 4 gares à une vingtaine de gares en 2014 en France. Cible européenne envisagée.

Champ de pertinence

Voisinage des grandes gares

Investissement en matériel de transport

Oui, nouveaux véhicules urbains

Description

Wattmobile est un service proposé par une Pme de Provence Alpes Côte d'azur présidée par David Lainé. Participent à son capital la société Full charger, fournisseur de bornes de recharge, et plusieurs fonds de développement (Eads, Total, SnCF). Il propose des offres de petits véhicules urbains à des entreprises, des centres d'affaires, des hôtels, et des promoteurs immobiliers, à qui il propose de « faire la différence » avec une offre plus originale que les simples parkings (souvent) surdimensionnés en sous sol d'immeubles. Son offre est concentrée sur de petits véhicules électriques à 2,3 ou 4 roues partageables.

Son service le plus original est bâti en partenariat avec l'opérateur ferroviaire historique, la SnCF. Ce service est ciblé sur des professionnels ayant des déplacements réguliers dans les grandes villes françaises, impliquant des déplacements fluides et des difficultés de stationnement réduites par la petite taille des véhicules. La souscription d'un abonnement (à 18 euros par mois) ouvre à la délivrance d'un badge électronique qui permet l'accès aux véhicules et leur location. Le prix de location (9,6 euros par heure pour un twisy, 7,2 euros pour un scooter) couvre tous les frais (énergie, assurance, service alternatif par taxi en cas de panne). Le service est trop récent pour faire l'objet d'évaluation de clientèle et de bilan économique.

L'esprit business des digital natives : la location de véhicules entre particuliers organisée par des plateformes internet jouant le rôle de tiers de confiance.

Principe : location de voitures entre particuliers qui ne se connaissent pas a priori, mis en relation par un tiers de confiance qui sécurise l'opération

Extension : pour l'ensemble de la France, au moins 30.000 véhicules proposés à la location au début 2014 (0,1 % du parc détenu par les particuliers), en additionnant les parcs de 5 systèmes en concurrence. Une source estime le marché potentiel (à maturité) à 2,5 milliards d'euros, mais les fondements de cette estimation ne sont pas précisés.

Champ de pertinence géographique : indifférencié

Investissement en matériel de transport : aucun

Description

Une plateforme internet dédiée spécifiquement à cette activité reçoit les propositions de personnes désirant mettre à disposition leur véhicule personnel pour des locations de courte durée. Les emprunteurs potentiels consultent les offres, les trient en fonction de leurs critères (lieu de mise à disposition, date, type de véhicule, prix affiché, photo du véhicule, avis des locataires antérieurs...). Une assurance proposée par un grand assureur généraliste couvre le véhicule pendant la période de location : l'assurance du propriétaire n'est pas mobilisée, si

bien qu'un accident ne donnera pas lieu à pénalité pour le propriétaire³⁵. Sont de même couvertes les éventuelles amendes de circulation et de stationnement. C'est toutefois en général au propriétaire, lorsque la location suppose un échange préalable entre propriétaire et locataire, de s'assurer de la validité du permis de conduire et de sa date d'obtention (ces systèmes ne sont pas ouverts aux conducteurs ayant moins de deux ans de permis), ce qui semble poser des problèmes, notamment pour les permis de conduire de pays n'appartenant pas à l'Union européenne

Les sites conseillent de pratiquer un tarif d'environ 40 % moins plus faible que celui des grands loueurs. Les gestionnaires du site se rémunèrent par des commissions sur les locations. Ces sites sont des alternatives à la location « classique » réalisée par les grands loueurs (les tarifs de location sont d'ailleurs à la journée) plus que des alternatives à l'autopartage.

Par rapport aux grands loueurs, surtout implantés dans les gares et aéroports, ils présentent un intérêt de prix et un intérêt de proximité potentielle à la demande : les voitures disponibles sont réparties sur le territoire, le propriétaire peut éventuellement amener la voiture dans un point de rencontre convenu. Comme dans la plupart des systèmes de ce type, les sites mettent à disposition des clients potentiels des recueils d'avis sur les véhicules et leurs propriétaires, au moins dans les cas où l'opération implique un contact direct entre locataire et propriétaire (ce qui n'est pas le cas de Livop, qui fonctionne avec des boîtiers électroniques).

Extension

On compte (au moins) 5 opérateurs « généralistes » : Buzzcar, Deways, Drivy, Livop, Oui cars. Certains opérateurs ont été intégrés à d'autres : Citizen a intégré Buzzcar, Unevoitureàlouer.com a été racheté par Ouicar en 2014. Tous ont moins de 6 ans. On compte aussi (au moins) trois opérateurs sur un créneau très spécifique : la location de voitures de particuliers laissées aux aéroports pendant un voyage aérien, qu'on abordera à la suite des plateformes généralistes.

Le tableau ci-dessous présente l'audience revendiquée par les plateformes généralistes.

Tableau3.4
Audience des plateformes de location entre particuliers

	Nombre de membres de la communauté	Nombre de véhicules proposés à la location
Buzzcar	75000	7800
Deways	30000 (2012)	?
Drivy	115000	10000
Livop	6000	2000
Ouicar	100000	12000
Unevoitureàlouer.com*	30000	2500

NB Données recueillies entre 2013 et 2014, sujettes à fluctuations

* Racheté par Ouicar en 2014

Origine et motivations des créateurs du service³⁶

³⁵ Dans le système d'assurance en France, la cotisation annuelle peut être fortement réduite pour les personnes n'ayant pas eu de sinistre pendant une longue période (bonus) et peut être fortement augmentée en cas de sinistre (malus).

³⁶ Ce paragraphe s'appuie essentiellement sur un article de Renée Greuzard, Rue 89, 23/07/2013 et des profils linked'in des personnes concernées.

Buzzcar a été créé en 2011 par Robin Chase, qui était précédemment à la tête de la plus grande société d'autopartage des Etats-Unis, Zipcar, (10 .000 véhicules, 800.000 membres) qu'elle avait fondé en 2000 avec Antje Danielson, et qui a été revendue à Avis pour 500 millions de \$. Issue du Mit, elle a fait partie de l'administration des transports américaine (secteur des nouvelles technologies). Elle a aujourd'hui un pied dans le business et un pied dans les engagements environnementaux (notamment membre du board du World Resource Institute), avec d'autres activités (blog, consultante, etc.). Buzzcar agit en partenariat avec Mobivia group³⁷.

Deways a été créé en 2010 par deux étudiants de l'Essec (une école de commerce), Gary Cohen et Alexandre Grandremy, après une expérience plus informelle de partage entre étudiants sur le campus de l'Essec (Cergy Pontoise, en bout de ligne Rer impliquant 30 voitures et 200 étudiants). Pour passer à l'étape supérieure, ils ont levé des fonds auprès d'un investisseur américain, Eyal Aronoff, reconnu dans le domaine des nouvelles technologies et de l'énergie (notamment avec Tesla). Deways est probablement l'opérateur qui insiste le plus sur la création de communauté, avec une communication orientée sur la proximité physique (une voiture près de chez moi) et relationnelle (ma voiture me rapporte de l'argent et des amis, les deewayseurs forment une tribu, vous faites connaissance avec les membres de la communauté de votre quartier...), et des opérations marketing impliquant par exemple des apéros entre membres de la communauté. C'est aussi pour cela qu'elle se réfère plus à l'autopartage qu'à la location entre particuliers.

Drivy a été fondé en 2010 à Paris par Paulin Dementhon (qui a été hébergé à ses débuts par blablacar). Issu d'une famille à la sensibilité écologique et d'une grande école de commerce, il a toujours souhaité créer sa propre entreprise. Il a travaillé successivement dans une société de transport maritime, dans un fond d'investissement dans l'éolien, dans une start-up de covoiturage dynamique qui a échoué faute d'atteindre la taille critique. Drivy est en plein développement, avec 16 collaborateurs au début de 2014, 27 à fin juillet 2014.

Quelles sont les activités des employés d'une plateforme d'économie collaborative ? L'exemple de Drivy

Parmi les 27 collaborateurs, l'équipe technique des développeurs (enrichissement des fonctionnalités du site) compte aujourd'hui 7 personnes, le service clients 7 personnes (réponses aux questions), le « growth marketing » (croissance de l'audience) 3 personnes (qui inventent aussi des promotions, comme une ristourne de 15 euros pour les invités d'un mariage...), le marketing qualité 4 personnes (aide aux propriétaires dans la rédaction d'annonce ou dans la fixation d'un tarif , suivi de la réactivité des propriétaires...), le développement international 3 personnes.

Les locations via cette plateforme supposent, comme chez Ouicar, une rencontre entre le propriétaire et le locataire, au cours de laquelle le propriétaire doit s'assurer que le locataire dispose bien d'un permis de conduire d'au moins deux ans et que la carte bancaire présentée est conforme avec celle dont les coordonnées ont été transmises par le site. On note dans les commentaires de ses clients une pratique d'association de la location avec une annonce sur BlablaCar pour covoiturer, et le souhait d'une « coordination automatique », une location

³⁷ Mobivia group regroupe 12 entreprises, totalisant plus de 10.000 collaborateurs dans des activités de services aux automobilistes. Le groupe a créé un fonds de développement « Via-Id » pour développer des activités liées à la mobilité durable. Il participe à Altermove (un concept store dédié à la mobilité urbaine), Buzzcar (autopartage entre particuliers), Green on (gestion de flottes de deux roues électriques en entreprise), Ubeequo (gestion d'autopartage en entreprise, alternative au véhicule de fonction) et la bicyclette électrique, (boutique en dur et virtuelle de sélection de Vae)

Drivy entraînant une annonce sur BlablaCar, mais ce n'est pas le cas actuellement. Les opérations sont assurées par Allianz, l'assistance par Mondial assistance.

Livop (« L'autopartage intelligent, location de voitures entre particuliers de courte ou longue durée ») a été fondé par un Irlandais vivant à Paris, Kiran Connely et a démarré ses activités fin 2010. Il a travaillé auparavant chez différents loueurs de voitures. Il a ouvert avec des amis un pub irlandais qui a « bien marché », et a eu les moyens et l'envie de se lancer dans une nouvelle aventure. Il est plutôt « à gauche », plutôt « vert », mais aime avant tout à déranger le système établi. Livop se distingue des autres plateformes de location entre particulier par l'absence de besoin de rencontre entre le propriétaire et le locataire. Lorsqu'un propriétaire propose sa voiture à Livop, Livop l'équipe d'une Livop-Box, petit ordinateur embarqué qui contrôle l'ouverture et la fermeture des portes ainsi que le démarrage de la voiture. C'est Livop qui localise et gère l'accès à la voiture lorsqu'elle est disponible pour les conducteurs inscrits qui l'ont préalablement réservée, et qui l'ouvriront grâce à leur smartphone. La box permet également de déterminer le nombre de km parcourus et le temps de location de la voiture par les conducteurs-locataires inscrits chez Livop. Livop a hybridé les technologies en usage chez les gestionnaires de flotte, notamment d'autopartage, et la logique du peer to peer sans inscription préalable. C'est aussi Livop (et pas le propriétaire) qui fixe le tarif proposé. L'assurance est proposée par MMA.

Ouicar est un site spécifiquement dédié à la location de voitures créé en 2012 issu de Zilok. Il est dirigé par Marion Carette, fille d'entrepreneur et diplômée d'école de commerce, dont les premiers emplois ont tous été dans des agences web. En 2007, elle avait fondé Zilok, un site généraliste ouvert à la location de tous types de biens, avec une levée de fond de 1 million d'euros couverte par Marc Simoncini, le fondateur de Meetic³⁸. Le site actuel de Ouicar indique que « OuiCar croit en l'économie de fonctionnalité et fait partie des pionniers de la consommation collaborative en France et dans le monde ». Le site permet les appariements, mais Ouicar tient à la rencontre personnelle entre le loueur et le locataire pour instaurer une relation de confiance et faire que le locataire « respecte » plus la voiture du particulier que celle d'un grand loueur. Ouicar table à la fois sur une croissance organique et sur une croissance par acquisition, car un site qui table sur la rencontre et la proximité vit d'autant mieux que la densité de voitures à partager est importante. Le site se compare avant tout aux grands loueurs (Avis, Hertz, etc.) et estime être le cinquième loueur en France. « Avec une voiture au coin de chaque rue, on ne va plus en agence, on descend dans sa rue et on va chez le voisin ». Ouicar table aussi sur la formation d'habitudes interpersonnelles, loueur et locataire renouvelant les opérations (qui doivent toujours passer par le site pour bénéficier de l'assurance). De ce point de vue, on ne peut pas exclure que la plateforme concurrence l'autopartage classique. Ouicar estime qu'un propriétaire qui loue son véhicule « deux à trois week-end par mois » peut en retirer 200 à 300 euros par mois.

Le fonds d'investissement Ecomobilité Ventures, dont la SNCF est le premier actionnaire (aux côtés de Total et d'Orange), a participé par deux fois (2012, 2014) au financement de cette société aux côtés de Jaina Capital, le fond géré par Marc Simoncini³⁹. Ce sont 3 millions d'euros qui ont été levés en 2014. Le chiffre d'affaires a été multiplié par 10 au cours de l'année 2013, un taux de croissance qui continue d'être envisagé en 2014. La société revendique plusieurs milliers de locations chaque mois. La plateforme a racheté en 2014 un concurrent, unevoitureàlouer.com. L'assurance est proposée par MMA.

³⁸ Un site de rencontres qui a assuré la fortune de son créateur.

³⁹ Créateur de Meetic

Unevoitureàlouer.com avait été créé par Vincent Saint Martin. Ingénieur et titulaire d'un master de finance, il a lui aussi toujours voulu créer son entreprise. Il ne se définit pas comme « écolo ». Il pense que dire aux gens qu'il faut faire de l'écologie, ça ne suffit pas, et qu'il est plus important de mettre à disposition des moyens pour que ça marche.

Une niche dans la niche : la location de voitures entre particuliers à l'occasion des voyages aériens

Principe

Un voyageur aérien qui se rend à l'aéroport en voiture propose sa voiture en location pendant la durée de son séjour à un autre voyageur (qui arrive)

Extension

Actuellement des services depuis 2013 dans ou à proximité immédiate des aéroports parisiens (Orly, Roissy, Beauvais)

Champ de pertinence : proximité des aéroports pour les opérations

Investissement en matériel de transport : aucun

Description

Un aéroport est un lieu où sont stockés des dizaines de milliers de voitures de voyageurs aériens dans des parkings onéreux, et où sont présents plusieurs grands loueurs, avec des parcs comptant des centaines de voitures. Un voyageur aérien venu en voiture peut s'affranchir des coûts de stationnement s'il trouve à louer sa voiture pendant son absence, et un voyageur qui arrive peut trouver une voiture moins cher que chez un grand loueur.

3 start-up expérimentent ce créneau a priori astucieux : Carnomise, une filiale de Carsonar, Travelcar et Tripndrive. Comme pour les sites généralistes, de grands assureurs couvrent les risques des opérations.

Les modèles économiques jouent sur trois paramètres : pour le propriétaire, la dispense des frais de parking ou l'alignement de ces frais sur les tarifs de parking de longue durée si le véhicule n'est pas loué, ainsi qu'une participation aux revenus de la location ; pour les locataires, des tarifs significativement inférieurs à ceux des grands loueurs présents à l'aéroport.

Ces services semblent s'être développés sur des bases purement privées, sans concertation avec les gestionnaires des aéroports. Ceux-ci tirent une partie significative de leurs ressources des parkings, et entretiennent de longue date des relations avec les grands loueurs. En conséquence, le parking où se font les échanges est en lisière de la zone aéroportuaire, ce qui oblige (mais c'est souvent le cas pour les loueurs également) à recourir à des navettes pour acheminer les voyageurs de / vers l'aéroport, ce qui alourdit encore les coûts liés aux transactions, notamment pour les entrants avec un faible niveau de clientèle. En bref, on peut être assez sceptique sur l'avenir de ces services s'ils ne sont pas intégrés d'une façon ou d'une autre dans une logique d'économie de la fonctionnalité par les aéroports. Ils n'en constituent pas moins des démarches intéressantes pour des aéroports de pays émergents dont la croissance est « à deux chiffres », et qui pourraient, par ces procédés, éviter la construction d'un certain nombre de places de parking.

Un concept astucieux C to B : Luckyloc

Principe

Une personne qui a un trajet à effectuer dépose ce trajet sur une plateforme. Les grands loueurs ont des besoins de rééquilibrage de leur flotte de véhicules (par exemple trop de

véhicules dans le Sud en fin d'été, et pas assez dans les grandes villes). Si l'offre du particulier correspond au besoin du loueur, le transfert sera effectué par le particulier, qui devra payer un euro pour la location et laisser un dépôt de garantie. L'essence et les péages seront à sa charge.

Extension

Trajets entre villes d'implantation des loueurs. La société, créée fin 2012, a permis de réaliser 2000 trajets dès 2013. Le groupe Argus (une institution dans le monde l'automobile, qui cote les véhicules d'occasion) est entré au capital en 2013.

Champ de pertinence

Limité par le besoin de déposer l'offre plusieurs jours avant le trajet

Investissement en matériel de transport : aucun

Et d'autres services encore...

Peugeot a proposé le concept « Mu by Peugeot ». On s'identifie une fois sur internet en ouvrant un compte rechargeable, et l'on peut se présenter en concession pour louer, selon ses besoins, une voiture, un utilitaire, un scooter, un vélo électrique ou à pédales. Le service a été lancé dans un certain nombre de villes européennes. 4000 comptes ont été ouverts 18 mois après le lancement de l'offre. Il semble que cette offre satisfasse surtout un besoin d'essai et de découverte de nouveaux véhicules.

Des sociétés comme Green on ou Cyclez proposent aux entreprises des services de location de longue durée de vélos à assistance électrique et de scooters électriques, avec des contrats « tout compris » comprenant la gestion de flotte et l'entretien. Les « arguments de vente » peuvent être fonctionnels (on stationne 5 vélos sur une place pour voiture, le coût kilométrique est quasi nul), réglementaires (satisfaire aux obligations d'un « plan de déplacement d'entreprise, obligatoire pour les entreprises d'une certaine taille), ou relever de l'image qu'on veut donner de l'entreprise (les vélos circulent « aux couleurs » de l'entreprise, qui en tire une image environnementale). De même, certaines municipalités acquièrent ce type de véhicules et les proposent en location de longue durée (au mois par exemple) à leurs administrés. D'autres sociétés proposent des locations de courte durée de véhicules électriques (vélos, scooter, voitures) à l'occasion d'événements.

Les opérateurs de transport ne sont pas en reste. Ainsi la SnCF propose-t-elle des voitures en autopartage dans une vingtaine de gares de Rhône-Alpes, et des deux roues et des voitures électriques dans des gares parisiennes grâce à un partenariat avec Wattmobile. Le département du Nord quant à lui propose quant à lui depuis la mi 2014 aux abonnés de son réseau de transport public (Arc en ciel) des vélos pliants en location mensuelle pour répondre à la « problématique du dernier kilomètre » et ainsi accroître l'aire d'influence du réseau.

Moving car propose à la location des voiturettes qui peuvent être conduites dès 16 ans et sans permis. La clientèle est composée de jeunes qui n'ont pas passé le permis et de moins jeunes qui ont perdu leur permis⁴⁰, et qui trouvent là une alternative plus sûre que le scooter.

⁴⁰ Le permis à points est en vigueur en France depuis 1992. Chaque conducteur dispose au départ d'un capital de 12 points, et chaque infraction constatée fait perdre des points pour une certaine durée. Les conducteurs qui, du fait d'un cumul d'infractions, tendent à perdre tous leurs points peuvent soit entreprendre un stage (assez onéreux) de récupération de points, soit se voir retirer leur permis. Le retrait de permis est par ailleurs automatique pour des infractions très graves.

IV LE PARTAGE DE TRAJETS

Introduction

Le partage de trajet a toujours existé, notamment sous la forme de l'autostop de bord de route pour des trajets de longue distance où l'autostoppeur est en quête d'expérience et de rencontre.

Le partage de trajets entre particulier s'est développé aux Etats-Unis notamment pendant la deuxième guerre mondiale, lorsque l'effort de guerre exigeait des économies de carburant. Le slogan « When you ride alone, you ride for Hitler » est resté dans les mémoires, et c'est assez naturellement que les crises pétrolières des années soixante-dix ont vu une reprise de la pratique sur un autre marché de la mobilité, celui des déplacements vers le travail, sous le nom de « carpool ».

Figure 4.1

Quand vous conduisez en solo, vous roulez avec Hitler !



Cette pratique, au départ assez spontanée, a été accompagnée par les pouvoirs publics. Ils ont développé un écosystème qui lui est favorable, alors même que les raisons d'agir étaient passées de la crainte des pénuries pétrolières à la lutte contre la congestion : voies réservées aux covoitureurs sur des axes autoroutiers, priorités aux postes de péages de ponts et tunnels, réservation des « meilleures » places de stationnement dans les parkings des entreprises, organisation par les employeurs de « garanties de retour » (par taxi ou autres) lorsque l'un des membres du pool est défaillant, négociation, dans certaines entreprises, d'une prime pour les salariés n'ayant pas besoin de place de parking... Bien que la pratique ait décliné dans les années quatre-vingt avec l'éloignement du spectre du pétrole cher, elle se maintient à un bon niveau (de l'ordre de 10 % des salariés) aujourd'hui, dans un pays où l'offre de transport public est souvent très limitée.

Comment la situation se présente-t-elle en France aujourd'hui ? Nous ferons d'abord un tour d'horizon global, puis détaillerons deux systèmes d'échelle et d'esprit très différents : un système très « rustique » d'autostop de proximité en zone rurale, et un système très élaboré

qui a pris toute sa place dans le paysage de la mobilité à longue distance, l'entreprise Blablacar.

Tour d'horizon du covoiturage en France.

L'offre de covoiturage s'est beaucoup développée dans la dernière décennie (notamment à partir du pic du prix du pétrole de 2008) : une dizaine de sites internet existaient en 2000, 72 en 2007, plus de 200 en 2011 avec 2000 aires de stationnement dédiées, selon la Fédération nationale du covoiturage.

Du côté de la demande, le terme est aujourd'hui connu par une majorité de personnes, une part significative de personnes (de l'ordre de 15 %⁴¹) déclare covoiturer au moins de temps en temps. On voit de plus en plus de voitures avec un autocollant « Je covoiture ». On est donc sorti du seul marché des étudiant(e)s des universités périphériques, comme réponse à une obligation d'utiliser la voiture malgré des budgets serrés.

La pratique est institutionnalisée par certains opérateurs du marché de l'emploi, notamment pour les intérimaires qui peuvent bénéficier dans certaines régions à côté d'un service de location sociale de véhicules, d'aides pour accéder à des services de covoiturage, grâce au fond d'action sociale du travail temporaire.

Les concepteurs de sites d'appariement sont nombreux, ils proposent leurs services à des autorités en charge de déplacements (notamment les départements), à de grandes entreprises, à des organisateurs de grands événements, drainant des populations venant de tout le pays, et à des sociétés de transport collectif pour répondre à la problématique du « dernier kilomètre ».

Les grandes entreprises sont soumises à l'obligation d'élaborer des « plans de déplacements d'entreprise », mais cette obligation légale ne fait pas l'objet d'un suivi et d'une évaluation. Elles intègrent souvent dans leur intranet des sites d'appariement, mais les moyens et le temps consacrés à l'animation de ces sites est très variable (et souvent faible), et le retour sur les habitudes acquises, comme l'offre gratuite de stationnement pour leur personnel est rare, sauf lorsque des contraintes de site limitent les possibilités de développer cette offre.

Les pouvoirs publics, et notamment de nombreux départements à dominante rurale, ont mis en place des aires de covoiturage destinées à faciliter les regroupements. En revanche, la réservation de voies de circulation aux covoitureurs est pratiquement inexistante⁴² en France, contrairement aux Etats-Unis, mais pourrait se développer dans les années à venir.

Une étude malheureusement un peu ancienne (Atema / Ademe, 2010) fait état de résultats considérés comme assez mitigés pour ces covoiturages de la vie quotidienne : plus de 200 services proposés par des entreprises à leurs salariés ou des collectivités à leurs administrés avaient été recensés. La gestion technique des sites (assurée par des opérateurs spécialisés) était d'un coût faible, tandis que les maîtres d'ouvrage de chaque site ne consacraient à l'animation de l'activité en moyenne qu'un demi poste à temps plein. Les entreprises arrivent à créer des communautés (ceux qui s'inscrivent au service) représentant en moyenne 8 % de leur personnel, et les usagers actifs (ceux qui covoituraient au moins de temps en temps) représentaient 10 % des inscrits. Dans les conditions les plus favorables (bonne communication, animation du site...) ces taux peuvent monter à 17 % et 15 %, et donc toucher 2 à 3 % des salariés. Pour les collectivités territoriales, on arrive à inscrire 0,5 % de la

⁴¹ Et même 18% pour l'observatoire Sociovision en 2011

⁴² Elle est toutefois à l'étude, notamment en Île-de-France.

population, et 4 % des inscrits sont actifs. Dans les deux cas, ce sont les déplacements entre domicile et travail qui dominent. Ces statistiques peuvent paraître décevantes. Il faut toutefois rappeler qu'une part importante de la population en France ne vit pas très loin de son emploi : seuls 1 % des actifs vivent à plus de 80 km de leur emploi, et 6 % entre 40 et 80 km, et ce sont les déplacements longs qui constituent la cible principale de ces services. Les usagers de services d'entreprises parcouraient des distances moyennes (aller) de 47 km 2,5 fois par semaine avec 2,5 occupants par véhicule, ceux des services « tous publics » des distances moyennes de 92 kilomètres 1,5 fois par semaine. Les trois quarts des usagers provenaient de la voiture individuelle, le quart des transports collectifs.

Un autre point d'observation est offert par les sociétés concessionnaires d'autoroutes à péage, qui ont vu les abords des gares de péages se remplir spontanément de véhicules en stationnement sauvage, avec des personnes laissant leur voiture à cet endroit pour covoiturer avec (le plus souvent) des collègues faisant le même (long) déplacement. Elles ont répondu à ce phénomène en développant soit en propre, soit en collaboration avec les collectivités du territoire, des aires de covoiturage en amont des postes de péage.

C'est notamment le cas de Vinci autoroutes⁴³, qui a conduit en 2013 une enquête sur les usagers de ces aires. La société proposait 3 parkings totalisant 159 places en 2010. Elle en propose 8, totalisant 570 places, en 2013. Une enquête réalisée⁴⁴ auprès des usagers de ces aires (dont les places sont saturées) permet de brosser un portrait de ces covoitureurs : pour l'essentiel, ils covoiturent avec des collègues pour des déplacements vers le travail ou pour affaires professionnelles. Les motivations économiques dominent (54 %), mais la convivialité est très présente (38 %) tandis que la motivation écologique est assez marginale (8 %). Bien que dominante, la motivation économique n'explique pas tout. En effet, 48 % des covoitureurs ont de toutes façons leurs frais d'essence et de péage remboursés par leur entreprise. Les distances parcourues sont en revanche très atypiques pour des déplacements liés au travail. L'aller retour moyen est de 286 km pour les déplacements professionnels (46 % des déplacements, avec 2,7 personnes par véhicule) et de 194 km pour les déplacements vers le travail (avec 3,0 personnes par véhicule), alors que l'aller retour moyen d'un déplacement vers le travail en France est de 28 km.

Le groupe Sanef de son côté facilite le covoiturage dans le cadre du « paquet vert autoroutier »⁴⁵. Le « Paris-Oise », situé aux abords de l'autoroute A1 au niveau du péage n°9 de Pont-Sainte-Maxence, regroupe un parking de covoiturage, un parking poids lourds, des structures favorisant la comodalité, et la rénovation de la gare de péage. 4 autres parkings de covoiturage existent sur son réseau : Château-Thierry (A4), Saint-Omer (A26), Senlis (A1) et Criquebeuf (A13). La démarche s'inscrit dans une stratégie en faveur d'un usage optimal des infrastructures, incluant aussi potentiellement des transports en commun par autocar.

Ces éléments suggèrent que la pratique est moins sous développée qu'on ne le pense généralement. En outre, l'existence de cet écosystème joue un rôle d'assurance, non seulement face à des événements ponctuels (grève des trains, panne de véhicule), mais aussi face à des perspectives d'augmentation forte du prix du carburant : si le covoiturage n'occupe

⁴³ D'autres sociétés concessionnaires ont fait le même constat et ont conduit des actions similaires.

⁴⁴ Vinci autoroutes, communiqué de presse, 5/04/2013 « Le covoiturage en plein essor ».

⁴⁵ Le « paquet vert autoroutier » est un dispositif où les sociétés d'autoroutes s'engagent à investir dans le domaine du développement durable et de l'environnement. En échange, l'État augmente la durée des concessions.

une place significative aujourd'hui que pour les déplacements d'au moins 40 km, il pourra trouver sa place demain pour des déplacements de 20 à 40 km en cas de forte augmentation du prix du carburant ou de forte régression du pouvoir d'achat. Il n'en reste pas moins que le sentiment qui prévaut aujourd'hui est que le covoiturage vers le travail n'a pas trouvé son « business model », au sens où les clés du développement sont beaucoup plus dans les mains des employeurs (qui ont bien d'autres soucis) que dans un rapport direct entre une entreprise de covoiturage et des clients, comme c'est le cas pour le covoiturage occasionnel à longue distance. Cette situation n'est pas propre à la France. La compagnie irlandaise Carma, qui opère surtout aux Etats-Unis sur le marché des déplacements habituels et se présente comme le leader mondial sur ce marché, avec notamment des solutions temps réel pour smartphone, opère essentiellement sous contrat avec des autorités locales et des entreprises.

C'est aussi principalement sur ce créneau que tente de se positionner la Sncf. Elle a d'abord matérialisé depuis 2010 des réservations de places pour covoitureurs dans la plupart des parkings des gares du Transilien⁴⁶. Avec le rachat de Greencove Ingenierie et un nouveau produit, Idvroom, elle propose une solution de covoiturage qui offre le choix entre prépaiement (garantissant le trajet) et une perception de frais « les moins chers du marché » (0,2 euros+ 10 % du prix du trajet, réduit à 7 % lorsque le paiement se fait à partir du porte monnaie Idvroom) et paiement direct entre covoitureurs sans frais (mais sans garantie de trajet).

L'autostop « labellisé » pour les déplacements de proximité en zone rurale

Principe : covoiturage sans organisation ni réservation préalable

Extension : quelques territoires à dominante rurale actuellement

Investissement en matériel de transport : aucun

Champ de pertinence géographique : milieux ruraux

Origine et motivations des innovateurs

La motivation est à dominante sociétale : faire vivre des territoires de faible densité, aider les jeunes sans permis ou sans voiture à se déplacer, aller vers une mobilité plus durable.

Description

L'autostop est une pratique très ancienne : on se met au bord d'une route, on montre un panneau affichant son souhait de destination, et l'on attend qu'un conducteur de bonne volonté s'arrête pour nous prendre. Les résultats sont aléatoires, la pratique est plutôt caractéristique de déplacements assez longs, rien dans le processus ne permet d'engendrer la confiance mutuelle. Des associations en France et en Belgique, des élus de communes rurales ont eu l'idée de répondre à des besoins de portée plus courte en labellisant la pratique. Rézo pouce est par exemple un système assez bien adapté aux communautés rurales. Ceux qui souhaitent participer au système s'inscrivent, signent une charte de bonne conduite et reçoivent un « kit de l'autostoppeur » . Il est composé d'un macaron à apposer sur le pare brise pour les conducteurs potentiels, d'une carte de membre pour les passagers potentiels, d'un numéro de téléphone où envoyer un sms pour déclarer un lieu de prise et un numéro de plaque minéralogique par sécurité. Rezo pouce est parti d'une petite ville, Moissac, et est aujourd'hui opérationnel sur un territoire de la région Midi Pyrénées composé de communes rurales et de petites villes, rassemblant au total 300.000 habitants, doté de 160 points de prise, souvent des arrêts de cars interurbains, de gares, des points d'entrée de réseaux urbains pour faciliter l'intermodalité. Les organisateurs indiquent un temps d'attente qui n'excède pas 10 minutes en moyenne. Le système comptait 1000 inscrits en 2013 (deux tiers conducteurs, un tiers passagers). 60 % des conducteurs sont des femmes et la motivation est avant tout

⁴⁶ 347 gares équipées sur les 381 du réseau régional d'Île-de-France.

« sociale » (pas de transaction monétaire). Les passagers sont surtout des jeunes de 16 à 25 ans, et des personnes en situation de précarité, notamment des femmes. En revanche, les acteurs du système indiquent qu'il n'est pas adapté aux besoins des personnes âgées (par exemple pour se rendre en ville à une consultation à une heure précise).

De grands acteurs (autoroutes de Sud de la France, Airbus industrie, Tisseo, le réseau de transport urbain du Grand Toulouse) sont intéressés par des formes de collaboration avec les acteurs du système. Pour ces acteurs, le système est vu comme répondant à des besoins ponctuels, mais aussi comme un apprentissage de la voiture en commun pouvant déboucher sur des pratiques de covoiturage régulières.

On trouve un système assez voisin dans la Drome. Inspiré d'un système inventé en Belgique (« Vap », pour véhicules à plusieurs, ou covoit'stop, un système qui a fait ses premiers pas en 2005, qui concerne aujourd'hui quatre provinces en Belgique et compte près de 4000 membres début 2014), il est toutefois plus organisé, avec définition d'itinéraires, pose de panneaux désignant les points de prise, et contribution financière modeste des passagers (0,5 euros en dessous de 10 km, 1 euro de 10 à 20 km, 2 euros au delà).

Les succes stories du covoiturage occasionnel à longue distance : BlaBlaCar et Carpooling

Principe : covoiturage organisé à l'avance (internet fixe ou mobile) à caractéristiques garanties par l'opérateur

Extension : Europe

Investissement en matériel de transport : aucun

Champ de pertinence géographique : déplacements à partir de 100 km principalement

Origine et motivation des innovateurs : personnes ayant accompli des études supérieures, avec sensibilité environnementale et collaborative

Deux grandes entreprises se partagent le marché en Europe : Commuting, née en Allemagne, et BlablaCar, née en France.

L'ancêtre de BlaBlaCar est le site covoiturage.fr, fondé par A Caron en 2004 et revendu à F. Mazella en 2006. La société anonyme Comuto devient l'éditeur du site. La société se finance en vendant des sites de covoiturage aux entreprises et collectivités, tandis que son site grand public reste gratuit.

Les années 2007 à 2011 sont consacrées à de nombreux développements technologiques (navigation mobile, intégration de portraits, biographies, systèmes d'avis destinés à renforcer la confiance). Le premier million d'inscrits est atteint en avril 2011. Covoiturage.fr devient BlaBlaCar.

C'est en juin 2012 qu'est pris le grand virage stratégique principal : de simple site de recherche d'appariement, qui se tenait à l'écart des éventuels échanges monétaires entre covoitureurs, le site devient une plateforme de réservation affichant les tarifs selon les origines destinations, se prémunissant du « no show » par paiement préalable par carte bancaire et rétrocession (après prélèvement d'une commission de 10 à 15 %) du solde au conducteur. Les taux de désistement de dernière minute sont immédiatement tombés de 35 % à 4 %. À cette occasion, le site s'est offert une puissante campagne d'affichage dans le métro parisien qui a assis son image.

In trust we trust
La confiance, moteur du succès
La logique Dreams bâtie par BlaBlaCar

L'originalité de BlaBlaCar par rapport à un grand nombre d'expérimentations fondées sur les seules possibilités de la technologie est d'avoir fait reposer le développement d'algorithmes sophistiqués sur une analyse anthropologique en profondeur des besoins des usagers potentiels du service. Pour F. Mazella, celui qui met en confiance (trustman) est le superhéros d'aujourd'hui. L'acronyme Dreams définit les ingrédients de cette confiance :

D comme « Declared » (Se présenter). Les usagers potentiels doivent pouvoir se décrire et ainsi sortir de l'anonymat.

R pour « Rated » (évalué). Après une expérience de voyage en commun, chacun doit pouvoir donner son appréciation sur le partenaire d'un jour, et cette appréciation (éventuellement modérée par les responsables du site) doit pouvoir être portée à la connaissance des usagers potentiels.

E pour « Engaged ». Chacun doit pouvoir croire que l'autres respectera ses engagements. Le paiement préalable y contribue pour le covoituré, et les avis des utilisateurs antérieurs y contribue pour le covoitureur.

A pour « Activity based » (fondé sur des expériences réelles). Les informations sont fondées sur les avis de personnes étant effectivement entrées en relation.

M pour « Moderated » (modérée) Les informations transmises par chacun peuvent être vérifiées par les responsables du site.

S pour « social » La responsabilité personnelle de chacun et sa bonne réputation sont essentielles.

Source : Conférence de Frédéric Mazella sur Slideshare

Depuis, la société connaît un développement exponentiel⁴⁷, en lien avec l'extension de sa couverture géographique : au départ franco-français, le site est aujourd'hui présent dans 12 pays européens. Les résultats passent de 1 million de membres et 200 000 personnes transportées chaque mois en avril 2011 à 3 millions de membres et 600 000 personnes transportées en avril 2013, puis 7 millions de membres et 1 million de personnes transportées chaque mois en avril 2014. Il compte plus de 10 millions de membres en septembre 2014 et 2 millions de personnes transportées, grâce à une implantation dans de nouveaux pays. Selon son fondateur, la clé du succès (outre la technologie) réside dans la construction de la confiance, laquelle est du même niveau que celle qui est accordée à un membre de sa famille.

En France, on peut estimer que 14 millions de personnes ont voyagé avec BlaBlaCar en 2013, pour un trajet moyen de 330 kilomètres. Le marché annuel des déplacements à plus de 100 km est de l'ordre de 800 millions par an (600 en voiture, 100 en train), et il se réduit à 500 millions au delà de 200 km. On peut en conclure que le réservoir de croissance est encore élevé, mais on observe déjà que BlaBlaCar n'est pas seulement un site d'optimisation des usages de la voiture, mais qu'il ponctionne aussi des clients à l'opérateur ferroviaire (une perte de clientèle estimée à 5 % aujourd'hui pour les TGV et intercités). Le groupe Sncf a réagi avec des offres tarifaires à prix réduit pour certaines heures et à certaines conditions, et avec la mise en place par l'opérateur ferroviaire de services d'autocars.

⁴⁷ Cette croissance devrait se poursuivre. Selon une étude du cabinet Roland Berger publiée en octobre 2014, le marché mondial du partage de voitures et du covoiturage devrait croître de 35% par an jusqu'en 2020.

Bien que la rentabilité opérationnelle ne soit pas d'actualité, du fait du réinvestissement des gains dans l'extension géographique et le développement technologique, l'entreprise, dont la croissance est spectaculaire, a la confiance des investisseurs (Accel Partners, Isai, Index Ventures) et a levé dernièrement 100 millions de \$, notamment pour financer son développement international.

Carpooling est né en Allemagne en 2001 à l'initiative de 3 étudiants de Munich, est une plateforme d'appariement très comparable à BlablaCar. Le site est devenu une entreprise gérée à plein temps en 2007, et c'est un ancien senior executive de Yahoo qui a repris les rênes en 2011. Il a lui aussi recours à des sociétés de capital risque (Earlybird) et des partenaires (Daimler) pour financer son développement international. Il revendique depuis son lancement 16 millions de covoiturages, 171.000 amitiés nées de covoiturage et 10 mariages... Une enquête réalisée fin 2013 révèle plusieurs points intéressants : la clientèle monte en âge (comme chez BlaBlaCar) et les usagers sont très fidèles au covoiturage. 87 % d'entre eux considèrent le covoiturage comme plus rapide, moins cher et plus convivial que les transports publics. 67 % déclarent choisir ce mode pour faire des économies, 13 % pour l'environnement et 7 % pour faire de nouvelles rencontres. Comme pour BlablaCar, plus de 90 % des voyages se font pour des raisons non professionnelles, avec une part importante de voyages consacrés à aller voir des proches, et notamment des petit(e)s ami(e)s dont on est géographiquement séparés, ceux que BlaBlaCar appelle les « célibataires géographiques ». Comme BlaBlaCar, la plateforme innove constamment. Elle a sorti en 2014 une nouvelle version de son application pour smartphone baptisée « Meet me now » où passagers et conducteurs se voient à l'écran et se repèrent par Gps⁴⁸, ce qui facilite les rencontres sans stress « même dans les environnements les plus chaotiques ». De nouveaux développements sont annoncés pour aller toujours vers un « service de première classe ».

Dans une comparaison publiée en février 2014 dans Tech.eu, R.Vauters estimait à 6 millions la communauté BlaBlaCar contre 5 pour carpooling, avec un million d'usagers actifs mensuels sur des distances moyennes de 330 km pour BlaBlaCar contre 1,3 millions pour des distances de 200 km pour Carpooling. On est dans les mêmes ordres de grandeur pour les deux sociétés, même s'il semble que le développement de BlaBlaCar soit plus rapide ces dernières années.

⁴⁸ Pour des raisons de protection de la vie privée, cette facilité n'est offerte que dans une plage de temps restreinte avant le contact et est contrôlée par les utilisateurs.

V LA CONDUITE POUR COMPTE D'AUTRUI : UN BUSINESS REFONDE ?

Introduction

Se faire conduire dans un véhicule personnel est une pratique beaucoup plus ancienne que l'automobile (qu'on pense à la chaise à porteur !).

Se faire conduire peut se faire en ayant un chauffeur attaché à sa personne ou à son statut. Cette pratique a été assez répandue en France aux débuts de l'automobile (le chauffeur était aussi un peu mécanicien, en cas de problème), elle est aujourd'hui limitée aux hauts dirigeants d'entreprises et d'administrations, hommes politiques, personnes du show business. Cette pratique reste très significative dans certains pays (Inde, Chine...) où l'ampleur des inégalités permet la maintien de ces rapports de domesticité, et peut se justifier économiquement lorsque le niveau d'embouteillage est tel qu'il justifie que le temps passé dans le trafic par le dirigeant reste un temps productif.

Se faire conduire dans un véhicule personnel peut aussi se faire de façon occasionnelle en ayant recours à des services de voiture avec chauffeur accessibles à tous sous certaines conditions. Les taxis qui ont le monopole de la « prise à la volée » sur la voie publique et utilisant des voitures particulières en sont la forme la plus répandue. On trouve aussi dans cette famille des navettes faisant des courses entre aéroports et hôtels, des véhicules de tourisme avec chauffeur⁴⁹ qui doivent faire l'objet de réservation préalable, et des mototaxis adaptés à des transports plus rapides et plus fiables (en France, la moto est le véhicule qui se joue des embouteillages), mais qui ne peuvent transporter qu'une personne et doivent aussi faire l'objet de réservation préalable. La sous famille des taxis est encore le système de référence, même si elle est aujourd'hui concurrencée par les véhicules de tourisme avec chauffeur, les mototaxis, et, comme on l'a déjà vu, par les systèmes de véhicules en libre service (Vélib, autolib...). La part de cette pratique dans la satisfaction des besoins de mobilité a fortement régressé sur longue période avec l'explosion de la détention d'automobiles personnelles et l'extension des services de transport collectif⁵⁰. Dans le même temps toutefois, on voit se multiplier les situations où le recours à la conduite par autrui est nécessaire : le vieillissement de la population et le développement des soins « de jour » en hôpital ; le report à plus tard, choisi ou contraint, du passage du permis par des jeunes urbains ; les perte du permis de conduire ; la renonciation à la motorisation personnelle dans certains territoires très denses ; les difficultés ou quasi impossibilités de stationnement dans certaines destinations ; la multiplication des séjours de loisirs ou d'affaires dans une ville où l'on ne réside pas, et à laquelle on a accédé en train ou en avion...

Il y a donc des marchés, aux caractéristiques assez distinctes, pour le taxi, qui dépendent aussi des territoires. On s'intéressera ici plus particulièrement aux marchés des grandes villes, et en particulier à celui de Paris, où différents services (taxis « traditionnels », mototaxis, voitures de tourisme avec chauffeur, véhicules en libre service) sont en compétition. On commencera par quelques points de repère sur l'activité, et l'on poursuivra en présentant les raisons d'un sentiment général de malaise concernant cette profession. On terminera en évaluant ce que les

⁴⁹ Des services de ce type existaient depuis longtemps sous l'appellation de véhicules de grande remise (véhicules luxueux) ou de petites remises. La loi Novelli de 2009 a supprimé l'obligation de disposer d'une licence délivrée par les préfetures et permis l'accès à la profession par une simple déclaration dématérialisée, ce qui a permis l'explosion du nombre d'entreprises dans cette activité.

⁵⁰ On observe d'ailleurs que les taxis sont non seulement beaucoup plus présents dans l'univers de la mobilité dans les pays de plus faible niveau de développement, mais aussi qu'ils ont une part de clientèle populaire plus importante, puisque les catégories les plus modestes ne disposent en général pas de voiture personnelle

nouveaux services de mobilité personnelle apparus dans les années 2000 ont apporté aux citoyens.

Les taxis : points de repère⁵¹

On compte environ 57000 taxis en France aujourd'hui, soit environ 0,9 taxis pour 1000 habitants. Ils assurent d'une part une fonction purement commerciale, d'autre part le transport de malades qui ne nécessitent pas d'ambulance, fonction pour laquelle ils sont conventionnés par l'assurance maladie. On en compte un peu moins de 18000 dans la seule zone des taxis parisiens, qui compte un peu plus de 6 millions d'habitants, soit environ 3 pour 1000 habitants. L'offre de services personnels de mobilité (taxis+ véhicules de location avec chauffeur, comme les minicabs à Londres ou les liveries à New York) est plutôt inférieure à ce qu'elle est dans de grandes villes du monde développé. On observe que les 3 premières villes du classement ont des politiques tarifaires fortement dissuasives à l'égard de l'automobile (péages urbains à Londres et Stockholm, prix du stationnement très élevé à New York et Londres) et que les tarifs des transports publics y sont aussi nettement plus élevés.

L'autorisation d'exercice de la profession implique de satisfaire à différentes exigences : une formation assez exigeante (et coûteuse) de trois mois, sanctionnée par un examen débouchant sur l'attribution d'une carte professionnelle, et divers contrôles portant sur le véhicule (contrôle technique) et son chauffeur (examens médicaux). La carte professionnelle est nécessaire, mais pas suffisante. Il faut en outre détenir une licence, et le nombre total de licences dans une zone d'exercice de la profession est contingenté. Comme les candidats à l'exercice de la profession sont plus nombreux que les licences, les licences (délivrées gratuitement par les pouvoirs publics) s'achètent et se vendent sur un marché où se rencontrent ceux qui veulent quitter la profession et ceux qui veulent y accéder.

Le métier de taxi peut s'exercer sous quatre statuts différents. On peut être indépendant (statut d'artisan), locataire (on loue à une entité qui détient des licences la licence et le plus souvent le véhicule, sans avoir un statut de salarié, et notamment sans avoir droit à l'assurance chômage), salarié ou coopérateur (on loue à une entité, mais dont on détient des parts sociales). Pour les taxis parisiens, on compte environ 55 % d'artisans, 30 % de locataires, 7 % de salariés et 8 % de coopérateurs.

La profession de taxis est aujourd'hui concurrencée sur le marché de la réservation préalable par les mototaxis (environ 500 en Île-de-France) qui se sont développés depuis les années 2000 sans cadre réglementaire précis et par les voitures de tourisme avec chauffeur (VTC), dont l'effectif a crû de 100 en 2008 (avant la loi Novelli qui a libéralisé ce marché) à plus de 5000 en Île-de-France aujourd'hui. Les quelque 100 chauffeurs de 2008 relevaient des statuts dits de grande et de petite remise, qui encadraient une activité de location de luxe réservée aux personnalités ou grands événements, activité qui était néanmoins fortement réglementée et soumise à des demandes d'autorisation délivrées avec parcimonie. La loi Novelli de 2009 a remplacé cette obligation par une simple déclaration et a modernisé l'appellation du métier : on parle de véhicules de tourisme avec chauffeur. En réduisant très fortement les barrières à l'entrée (moindres exigences de formation, moindres contrôles, pas d'achat de licence), elle a induit une situation de concurrence très déséquilibrée. Elle a permis l'arrivée sur le marché de centaines d'entreprises issues de la vague internet. Leur métier est en effet l'intermédiation automatisée et optimisée entre des demandeurs et des offreurs (des chauffeurs, qu'il n'est pas obligatoire de salarier). Ces entreprises mobilisent tous les outils de la modernité issus

⁵¹ La profession est mal connue statistiquement. Tous les chiffres qui suivent sont des ordres de grandeur, puisés à différentes sources. Elles ne concernent pas toutes l'année 2014, mais sont toutes postérieures à 2005.

d'internet (les plateformes d'appréciation du service qui assoient la relation client et permettent d'éliminer des chauffeurs ne donnant pas satisfaction) et des smartphones (Gps indiquant le parcours d'approche du véhicule commandé, dialogue direct possible avec le chauffeur) et ont intégré dès leur création les attentes des clients (tarif connu d'avance, paiement par carte bancaire...). Elles bénéficient ainsi d'entrée de jeu auprès des clients d'une image de modernité. Le reste, la précarité du statut des chauffeurs, une formation et des contrôles publics moins développés et, pour les plus internationalisées d'entre elles comme Uber, les possibilités d'échapper à l'impôt par des pratiques d'optimisation fiscale, n'apparaît qu'au second plan. Seul le concept Uber Pop, qui peut être défini comme du covoiturage commercial ou du taxi clandestin (et donc illégal) est attaqué en justice (généralement avec succès) dans plusieurs pays européens.

Tableau 5.1
Offre de taxis + Vtc pour 1000 habitants

New York	13,5
Londres	10,8
Stockholm	7,8
San Francisco	6,7
Madrid	5,0
Amsterdam	4,2
Métropole du Grand Paris	3,6
Rome	3,2
Bruxelles	2,9
Berlin	2,6

Source : rapport « Thévenoud », 2014. Les mototaxis ne sont pas comptabilisés

La demande représente quant à elle de l'ordre de 1,5 % de la mobilité motorisée en Île-de-France, moins ailleurs. 20 % des usages s'effectuent en hélant un taxi sur le voie publique, 50 % par prise d'un véhicule en station (usages pour lesquels les taxis ont le monopole de l'activité) et 30% par réservation à un centre d'appel.

Une même tarification est appliquée pour tous les taxis. Le tarif comprend une prise en charge fixe et un coût variable fonction de la distance et du temps de parcours mesurés par un compteur (taximètre). Il est aussi différencié selon qu'on circule à Paris ou en banlieue, de jour ou de nuit, et peut comprendre des suppléments divers (bagages, nombre de personnes au delà de trois). Lorsque le taxi est commandé à une centrale de réservation, un parcours d'approche est facturé, sans que le client n'ait des éléments d'estimation au moment de la réservation. Un tiers des recettes provient des liaisons entre la ville et ses gares et aéroports, un cinquième des activités de transport de malades, le reste provenant d'usages professionnels et personnels variés.

Un taxi fait une douzaine de courses par jour, d'une distance moyenne de 10 km, d'une durée moyenne de 25 minutes, pour un prix moyen légèrement inférieur à 20 euros. Ces niveaux de prix sont dans la moyenne de ce qui peut être observé dans d'autres grandes villes d'Europe, mais apparaissent plus chers à Paris où les transports collectifs sont plus sous tarifés qu'ailleurs et où le stationnement est moins cher. Dans une étude datant de 2003, le prix type d'une course de 5 km en ville représentait 14 fois le prix d'un ticket de transport public, contre dix fois à Londres et sept fois à Barcelone. Malgré ces prix élevés et perçus comme élevés, une fois pris en compte les frais de véhicules, de licence et les frais liés aux parcours à vide (environ 40 % du temps de travail), le revenu mensuel d'un chauffeur va de 1200 euros à 2500 euros. Ce revenu est en moyenne inférieur au salaire mensuel des franciliens, pour un

temps de travail supérieur. En revanche, pour ceux qui la détiennent, la valorisation de la licence au fil du temps perd d'envisager des gains substantiels... au moment où ils quittent la profession.

Les véhicules quant à eux font de 50 à 60.000 km par an. Ils sont renouvelés tous les trois ans environ. Ils sont donc beaucoup plus récents (et moins polluants) que les voitures de particuliers, dont l'âge moyen oscille de 8 à 9 ans.

Taxis parisiens : un sentiment de malaise aux origines nombreuses.

Évoquer les taxis, c'est d'abord évoquer des sources d'insatisfaction. On essaie ici de faire le tour de ces insatisfactions et de leurs causes, sans prétendre à l'exhaustivité.

Une profession interstitielle...

L'image des taxis, l'imaginaire lié à cette profession, a longtemps été positif. Dans les histoires de Tintin, le taxi amenait non seulement efficacement d'un point A à un point B, mais il savait rendre de nombreux services, suivre le véhicule d'un « méchant » sans se faire repérer par exemple. Cette image s'est fortement dégradée dans les bandes dessinées, films et jeux vidéos. Cette profession n'a pas su produire de récit positif, équivalent par exemple à celui des transports publics « au service de la ville et du développement durable » qui garantit bien plus leur existence que la disposition à payer de ses usagers. Elle est restée ce que M.X. Wauquiez appelle une « profession interstitielle », qui n'est porteuse d'aucun message, d'aucun imaginaire positif, et qui est de ce fait restée absente de l'espace des solutions pour la construction d'une « mobilité urbaine durable », qui a été, et reste, une des préoccupations des responsables politiques locaux. Elle avait pourtant quelques atouts, dont celui d'être une voiture partagée avant que ce concept ait le succès que l'on sait avec... d'autres systèmes.

Et néanmoins sous les projecteurs

Le monde politique a toujours été très attentif à cette profession. On a cru à une époque que ces professionnels étaient en situation de faire ou de défaire les réputations des élus par leurs conversations intimistes avec leurs clients. C'est probablement moins vrai aujourd'hui, mais ils ont toujours la capacité de bloquer la circulation par leurs manifestations, un privilège qu'ils partagent avec bien d'autres professions du transport. Par ailleurs, le taxi est souvent l'une des premières personnes rencontrées sur le territoire par un touriste étranger venant d'un aéroport. Il participe à l'image d'un pays où l'activité touristique demeure un secteur économique important. C'est aussi un service plus utilisé par les catégories supérieures de la population, très sensibles à la qualité du service et de l'accueil, et capables de donner avec assurance des avis définitifs. C'est enfin un service auquel on recourt lorsqu'on est pressé, mais qui est loin d'être toujours disponible quand on en a besoin. Ces éléments ont fait de cette profession une profession à forte visibilité, sans commune mesure avec son poids numérique ou économique.

Une profession sans leader affirmé capable de produire un discours cohérent

La profession n'a pas pu, ou n'a pas su, se doter d'une instance de dialogue avec les pouvoirs publics et l'opinion, qui puisse se comparer aux grands syndicats professionnels, comme l'union des transports publics qui travaille main dans la main avec le Gart (groupement des autorités responsables de transport) et a développé un pouvoir de conviction à l'échelle nationale et même internationale (Union internationale des transports publics). Elle le doit sans doute à son fractionnement en différents statuts (artisans, salariés, locataires,

coopérateurs) dont les intérêts ne sont pas toujours convergents, à l'esprit d'indépendance des artisans, majoritaires, et à l'absence de grandes entreprises dans ce secteur⁵².

Une profession de reconversion et d'intégration

Ceux qui font aujourd'hui le métier de taxi aujourd'hui à Paris viennent, pour l'essentiel, de deux origines : d'une part des personnes en reconversion, suite à un licenciement ou à l'abandon d'une activité indépendante, d'autre part des immigrés qui ont finalement plus de facilités à se construire un avenir dans une activité exigeante mais indépendante que dans le salariat (environ 40 % des taxis parisiens sont d'origine étrangère). Du fait des caractéristiques du marché dans les grandes villes, liées à la gentrification des centres, aux usages du taxi par les professionnels pressés, les touristes et pour les activités de loisir culturelles, et du fait des prix, les usagers du taxi appartiennent plutôt en revanche aux catégories très aisées de la population. Une certaine homogénéité de condition, qui a pu exister dans le passé et qui existe encore dans des pays en développement, entre les fournisseurs du service et les clients, n'est plus de mise aujourd'hui. Le regard du client, et celui des élites dirigeantes, s'inscrit dans une logique de domination.

Une profession qui a du mal à vivre à l'unisson des évolutions du monde

Il suffit de mentionner le faible taux d'acceptation des paiements par carte bancaire pour mesurer cette distance, alors que les transactions portent couramment sur plusieurs dizaines d'euros. Elle entretient une image catastrophique pour la relation client. De même, l'incertitude sur le prix de la course d'approche réduit la clientèle potentielle des commandes par téléphone.

Une profession réglementée et contingentée

Les services de taxis fondés sur l'automobile naissent avec elle, à la fin du dix-neuvième siècle, et concurrencent les cochers qui disparaîtront progressivement. Ils connaissent un développement régulier pendant le premier quart du vingtième siècle et se structurent avec une normalisation des tarifs par la puissance publique, des examens d'entrée, des lieux où sont reçues les plaintes des clients mécontents. La crise de 1929 et la grande dépression qui suit conduit un grand nombre de chômeurs à tenter leur chance dans cette activité, qui comptera plus de 32000 taxis au début des années trente, ce qui entraînera une forte baisse des recettes par chauffeur, malgré de longues durées de travail. C'est en 1937 que le gouvernement de Front populaire instaurera un *numerus clausus* et réduira considérablement le nombre de taxis en activité, de 32000 à 14000.

Les taxis entrent alors dans la famille des professions réglementées et contingentées (comme les notaires ou les pharmaciens), dont ils se distinguent toutefois par leur absence de monopole sur le marché de la mobilité (alors que toute vente de logement par exemple passe obligatoirement par un notaire). Ils deviendront même l'emblème de cette famille et de ses tares pour les rapports successifs qui cherchent à moderniser la France (du rapport Rueff Armand du début des années soixante au rapport Attali de 2007) en ouvrant les vannes de l'accès à la profession. Il est vrai que la situation actuelle est devenue absurde : les autorisations d'exercice de la profession (les licences), distribuées au départ à titre gratuit par les pouvoirs publics, se négocient à des cours qui n'ont cessé de croître au fil des ans, du fait du déséquilibre entre le nombre de candidats à l'entrée et celui de ceux qui sortent de la profession, à nombre total de licences approximativement constant. L'achat d'une licence

⁵² Il faut rappeler ici que des sociétés connues comme G7 sont d'abord des intermédiaires mettant en contact des demandeurs et des offreurs, et ne sont pas des entreprises intégrées assurant l'intégralité du service. Il y a des différences de technologie, mais pas de philosophie, entre G7 et Uber.

coûtait 240.000 euros en 2012 (soit le prix d'un appartement de 30 m² dans la ville de Paris), contre 100.000 en 2000 (et 5000 en 1975 !). Ce prix est répercuté sur le tarif des courses qui, bien que fixé par les pouvoirs publics, doit tenir compte des besoins de remboursement des artisans et des coûts de location des licences et véhicules des locataires (supérieurs à 3000 euros par mois). Par ailleurs, dès qu'ils ont leur licence, les chauffeurs n'ont aucun intérêt à voir le nombre de licences augmenter, non seulement parce que la concurrence sur le marché des déplacements serait accrue, mais aussi parce que la valeur de revente de leur propre licence pourrait baisser. Ce comportement est à la fois compréhensible et malthusien dans une période où le chômage et les besoins d'intégration sont importants. L'avancée retenue, l'introduction de concurrents n'ayant pas à s'acquitter de l'obligation d'acquérir une licence, ne résout rien sur le fond pour la profession et déséquilibre le marché.

L'apparition de nouveaux services au cours des années 2000 répond-elle aux besoins des citadins ?

On reprend ci-dessous quelques-unes des insatisfactions les plus courantes à l'égard des taxis, et l'on analyse l'apport des nouveaux services à la résolution des problèmes.

Le taxi est cher. En plus, en commandant un taxi, on ne sait jamais combien on va payer

Les tests suggèrent que les nouveaux services tels que les Vtc et les taxis moto ne se différencient pas en moyenne par des prix plus bas (bien qu'ils n'aient pas de licence à acquérir). En outre, l'offre de ces nouveaux services est aujourd'hui insuffisamment consolidée autour de quelques grands opérateurs pour qu'il y ait toujours un Vtc proche dans le cas de réservations de dernière minute⁵³. En revanche, les consommateurs apprécient que le tarif soit convenu à l'avance, et payable par carte bancaire (en attendant d'autres vecteurs, comme le paiement par smartphone, qui existe déjà pour certains transports publics et pour le stationnement).

Il n'y a pas de taxis quand j'en ai besoin

Il y a effectivement des heures où la demande excède les disponibilités, et d'autres où l'offre est excédentaire. La structure tarifaire y contribue (les courses sont considérées comme peu rémunératrices, et stressantes, en situation de congestion), la logique des acteurs (qui peuvent passer plus de deux heures à l'aéroport en attente) aussi. La forte augmentation de l'offre en Vtc, l'augmentation plus mesurée de l'offre de taxis, le déploiement de Vélib et autolib, le plan « Pégase » (information de la profession par la Sncf quand un train retardé arrive en gare après les horaires de fonctionnement des transports publics) contribuent à amoindrir cette anomalie.

Les durées de parcours restent trop longues et trop incertaines

Les mototaxis offrent une solution, quand on voyage seul, et que la course est suffisamment longue pour être « rentabilisée ». c'est aussi le cas de Vélib pour les courses très courtes.

Le taxi est la seule solution la nuit, quand les transports publics ne fonctionnent plus

On peut aujourd'hui utiliser Noctilien, Vélib et Autolib

Le taxi est la seule solution pour atteindre des lieux où le stationnement est trop difficile, ou trop coûteux

Lorsqu'on n'a pas besoin d'une dépose au pied de son lieu de destination, Vélib et autolib apportent une solution. À destination des aéroports, les services de transport public

⁵³ L'annuaire des Vtc, qui n'est sans doute pas exhaustif, recense plus de soixante sociétés, uniquement en Île-de-France.

s'améliorent et les Vtc et mototaxis offrent une alternative nouvelle.

Le taxi est indispensable, parce que je ne sais pas comment aller où je dois me rendre

La diffusion des Gps dans les véhicules et sur les smartphones, les efforts des transports publics pour rendre plus accessible et conviviale l'information sur leurs services contribuent à réduire ce problème. Les Vtc et mototaxis apportent aussi une solution.

On peut donc dire que la situation des citadins ayant besoin de recourir à un transport personnel s'est globalement améliorée depuis le début du millénaire. Quatre points frappants méritent en revanche d'être notés :

- La profession des taxis et ceux qui sont en charge de sa régulation n'y ont que très peu contribué. L'innovation vient pour l'essentiel de l'extérieur de la profession : initiatives municipales, initiatives de start-up ou de géants de l'internet, initiatives des professions du transport collectif.

- Une part très importante de ces nouveaux services ne concerne que les personnes habitant en zone dense (Vélib, autolib) et les liaisons entre ville et aéroports (mototaxis, Vtc). À l'exception de Vélib et des nouveaux services issus des transports collectifs, ces nouveaux services restent des services onéreux, accessibles uniquement aux personnes aisées ou pouvant se faire rembourser les courses. On n'a pas renoué avec le taxi populaire.

- En conséquence, ces nouveaux services contribuent plus à l'amélioration du marché existant qu'à l'extension de ce marché en direction de personnes plus modestes ou résidant hors des zones denses. Sans doute faut-il nuancer un peu en intégrant à la réflexion le développement de services de transport collectif à l'échelle des communes et des intercommunalités (en supplément des transports collectifs régis par le Stif) dont la cible est constituée des déplacements de proximité des personnes sans accès à la voiture, et des initiatives communales éparses de services à la demande ciblés sur les personnes âgées ou handicapées.

- Enfin, la plupart de ces services se développent en dehors de la sphère institutionnelle du transport, et sans référence à la notion d'intermodalité, qui semble d'autant plus présente dans les discours qu'elle l'est moins dans les actes. Là encore, on peut nuancer un peu, avec notamment l'arrivée dans le champ de ces nouveaux services de la Sncf pour faciliter la réalisation des derniers kilomètres par ses usagers à longue distance.

Bibliographie

- Adetec 2009 L'autopartage entre particuliers. Rapport pour l'Ademe et MEEDDM, Predit groupe 3, Octobre 2009
- Annuaire des VTC 2014 www.annuaire-des-vtc.fr/ile-de-france/
- Atema Ademe 2010 Caractérisation de services et usages de covoiturage en France : quels impacts sur l'environnement ? Quelles perspectives d'amélioration ?
- Autolib métropole 2014 Rapport d'activité
- Benavent Christophe et Damery Nathalie 02/08/2014, « De Zipcar à Airbnb, le partage est-il l'avenir de l'économie ? Interview à Atlantico.fr
- Brookes David 2014 Le succès d'entreprises comme Airbnb traduit une évolution profonde de notre société, à la fois plus individualiste et plus connectée. New York Times 23/09/2014
- Cabinet Roland Berger 2014 Etude prospective du marché mondial du partage de véhicules, places de parking, covoiturage Citée par Challenges 7/10/2014
- Carpooling.fr 2014 Qui sommes-nous ?
- Chassigneux Pierre 2008 Proposition de réforme de la profession de taxi et des autres transports particuliers de personnes par véhicules de moins de dix places (voitures de petite remise, voitures de grande remise, véhicules motorisés à deux ou trois roues) rapport au premier ministre
- Citiz, 2014, Citiz réseau coopératif d'entreprises d'autopartage, dossier de présentation 2014
- Codev 2004 Annexes thème 8 Les taxis à Paris
- Darbera Richard 2009 Ou vont les taxis ? Descartes et compagnie.
- Deloitte 2014 How much can you earn in the sharing economy ?
- Les Echos 2014 /07/02 L'essor du covoiturage est sans doute une des explications au recul de la clientèle des TGV en France depuis deux ans.
- Greuzard Renée, 23/07/2013 « Parcours, convictions... Rue89 a rencontré quatre entrepreneurs qui ont monté leur start-up, à peu près au même moment. Tous assurent que leur affaire décolle ».
- Huyghe Marie 2014 L'autostop classique Forum Vie mobiles
- Ipsos public affairs et Ademe, Janvier 2013. « Les Français et les pratiques collaboratives. Qui fait quoi ? Et pourquoi ? »
- Novelli 2009, loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques, dite « Loi Novelli »
- Ipsos Vinci autoroutes 2013 les nouveaux usages de la route rapport de résultats
- Mobivia 2014 Dossier de présentation Buzzcar, Mobivia group
- Obsoco, novembre 2012 « L'observatoire des consommations émergentes », première édition
- Obsoco, novembre 2013 « L'observatoire des consommations émergentes, deuxième édition
- 6t, 2013 Enquête nationale sur l'auto-partage : l'autopartage comme un déclencheur d'une mobilité alternative à la voiture particulière. 6T, recherche pour le Predit-Ademe, 2013.
- 6t 2013 L'autopartage, tous les avantages de la voiture sans les inconvénients
- 6t, 2014 L'autopartage en trace directe : quelle alternative à la voiture particulière ? www.6t.fr
- Schneiderman Eric T., 2014 Airbnb in the city, Office of the attorney general
- L Steinman 18/07/2013 Le covoiturage bouscule le monde du transport, Les Échos
- Thévenoud Thomas 2014 Un taxi pour l'avenir des emplois pour la France, rapport au premier ministre
- Vinci autoroutes, 2013 communiqué de presse, 5/04/2013 « Le covoiturage en plein essor ».
- Wauquiez Marie Xavière 2014 taxis, l'avenir en 3d Kiss kiss bank bank.com
- Wauters R. 2014 02 07 Ridesharing in Europe The race between BlaBlaCar and Carpooling, tech.eu