

Mobility Tech Green

Autopartage **B2B** un vecteur d'innovation



Nous vous accompagnons sur votre projet d'autopartage, échangeons au 02 23 27 52 52 ou sur www.mobilitytechgreen.com

L'autopartage en quelques mots



30% d'économie sur son budget flotte automobile

Durant la dernière décennie, la répartition de la population urbaine mondiale est passée de 25% à 50%. Dans 25 ans, il y aura 9 milliards de personnes qui cohabiteront en milieu urbain, soit plus de la population mondiale totale d'aujourd'hui. En 2005, près de 890 millions de véhicules parcouraient la planète. En 2007, le milliard était dépassé. Aujourd'hui, la voiture individuelle, inexploitée 95 % du temps, est la règle pour les déplacements urbains, périurbains ou de longue distance. Sommes-nous condamnés à subir ce paradoxe ? Bien sûr que non, il existe une solution : l'autopartage. Plutôt que de disposer d'un véhicule individuel restant l'essentiel de son temps à l'arrêt, le membre d'un service d'autopartage se voit utiliser un véhicule selon sa convenance en fonction de ses besoins.



Réduction des frais hors-flotte

Différentes études menées par l'Universités de Berkeley en Californie démontrent qu'1 véhicule en autopartage permet de retirer 11 véhicules personnels de la circulation. Selon Kevin Campbell, directeur du parc automobile de la ville de Chicago, cette dernière a réalisé des économies considérables en passant à l'autopartage. Sa flotte est passée de 1000 à 650 véhicules depuis la mise en place du système. Au final, Chicago a réalisé plus de 7 millions de dollars d'économies depuis le 1er janvier 2011. Qu'attendons-nous ?



Diminution de son empreinte carbone

Ce modèle fonctionne aussi en B2B. Permettant une réduction de 30% du coût global d'un parc automobile, l'autopartage pour entreprises représente une solution économique, durable et efficace. Ainsi, le célèbre cabinet Frost & Sullivan estime que d'ici 2020, 80 000 véhicules devraient fonctionner en autopartage dans les entreprises en Europe. Le nombre d'entreprises Européennes intégrant un service d'autopartage pour leurs employés passera alors de 200 en 2013 à 4000 d'ici 2020.



SOMMAIRE

■ Définition et enjeux

La petite histoire de l'autopartage
Qu'est ce que l'autopartage B2B ?
Un point sur la technologie

■ Les tendances de l'autopartage

Les chiffres clés
Le passage de l'objet au service

■ Un atout quadruple bénéfique

Un véritable cercle vertueux
Focus sur l'option pro/perso

■ Une approche multimodale à interface unique

Une expérience de mobilité
En lien avec la gestion de flotte
Le point de vue du TSRC de Berkeley

■ L'espace partagé : Quand les mobilités d'entreprises et personnelles convergent

De l'hybridation des services
Aux projets multi-sites

■ Quelles conséquences pour les salariés ?

Un changement de paradigme
Modélisation des variables d'intention

■ Un regard sur le futur

L'autopartage de voitures autonomes
Conclusions

Définition et enjeux

L'autopartage se définit comme étant un système dans lequel un groupe d'individus ayant souscrit à un abonnement utilisent un parc de véhicules en libre service. Ici, il n'y a donc aucune voiture individuelle mais bel et bien des automobiles à la disposition de tous. Ils utilisent alors le véhicule selon leurs besoins et ne paient que leur utilisation. Cette pratique est très intéressante d'un point de vue financier car elle permet de partager entre tous les utilisateurs les frais récurrents d'un véhicule, à savoir l'assurance, les frais d'achat, l'entretien, etc. Plus encore, elle permet de réduire le nombre de véhicules sur la route, favorisant ainsi le développement durable ainsi qu'une meilleure fluidité des trajets en centre-ville.



La petite histoire de l'autopartage



C'est en 1948 que commence officiellement l'idée de créer un service d'autopartage. En effet, c'est à cette date que fut créée la première organisation d'autopartage à Zurich : SEFAGE (Selbstfahrerengenossenschaft) que l'on peut traduire par Club des conducteurs. 3 ans plus tard, l'ingénieur Français Jacques D'Welles eu l'idée de déployer un service de voitures partagées dans un texte précurseur : A propos de circulation urbaine publié dans la revue Urbanisme de 1951 ! Néanmoins il faudra attendre 20 ans avant de voir le lancement d'expériences pilotes parmi lesquelles le projet Minicar Transit System, à Philadelphie (qui va jusqu'à l'idée de proposer un prototype hybride de véhicule dédié aux besoins de l'autopartage) ainsi que le projet Procotip à Montpellier, le projet Witcar à Amsterdam et enfin le projet STAR à San Francisco. En 1987 c'est encore à Zurich que naît la coopérative ShareCom qui deviendra le système national d'autopartage Mobility Car Sharing. Un an après, l'Allemagne se lance elle aussi dans l'autopartage avec le service Stattauto. Concernant l'Asie, il faudra attendre 1997 pour voir éclore les premières initiatives pilotes à Singapour et au Japon. Pour la France, c'est en 1998 que se lancent la première organisation d'autopartage. La Caisse Commune à Paris, suivie en 1999 par Auto'trement à Strasbourg.



Plusieurs axes sont à noter concernant l'évolution postmoderne de l'autopartage. Premièrement, un chiffre très important est à retenir : le taux de croissance des abonnés de l'autopartage entre 2002 et 2006 était de plus de 130% et ne cesse de croître de manière exponentielle. Enfin, plusieurs recherches tendent ainsi à prouver que le nombre d'utilisateurs des services d'autopartage devrait être de plus de 12 millions d'ici à 2020 !



Qu'est ce que l'autopartage B2B ?

S'inscrivant dans le paradigme de la nouvelle mobilité, les entreprises passent elles aussi d'une logique de possession de véhicules, à celle de l'utilisation d'un service d'écomobilité. L'autopartage B2B devient alors un précieux outil permettant aux entreprises et collectivités de pouvoir optimiser de manière très efficace leur CTP (coût total de possession). Cette nouvelle tendance représente ainsi une réelle opportunité dans la gestion de flottes.

En effet, les gestionnaires de parcs disposent maintenant de leurs propres outils de gestion de flotte en libre-service permettant la remontée d'informations sur le taux d'utilisation des véhicules ainsi que la gestion des réservations en temps réel. Les bénéfices sont nombreux, tels que la rationalisation du parc, l'externalisation de services ainsi que l'optimisation du nombre de véhicules. Les coûts sont considérablement réduits du fait de la substitution des autres modes de déplacements coûteux tels que la location courte durée, le taxi ou encore les indemnités kilométriques.

La démocratisation des véhicules connectés couplée au marasme économique offre donc une place de choix aux solutions d'autopartage. Avec les enjeux considérables de la congestion dans les centres urbains, de notre empreinte carbone et de l'accès facilité aux infrastructures publiques, le besoin d'avoir une voiture dédiée à chaque employé pour des déplacements professionnels semble désormais sur le déclin.



Un point sur la technologie

Ayant évolué sous différentes formes en fonction des besoins des utilisateurs, l'autopartage B2B connaît actuellement 3 principales typologies. Chacune disposant de ses atouts, mais aussi de ses limites, il est important de trouver le bon équilibre entre l'expérience des utilisateurs, les problématiques des gestionnaires de parcs, ainsi que les moyens déployés :

- L'autopartage en boucle retour correspond au fait de prendre un véhicule dans une des stations dédiées exclusivement à ce service puis de le restituer sur cette même station. Cette forme est prédominante sur le marché B2B et facilite la gestion du pool disponible.
- L'autopartage One Way est assez proche de la forme en boucle mais diffère en ce sens où l'utilisateur peut laisser le véhicule dans n'importe quelle station. Il est donc indispensable de bien analyser et approvisionner les zones à fortes demandes.
- Le free-floating consiste à mettre à disposition des utilisateurs, des véhicules en libre service à l'intérieur d'une zone délimitée. La flotte de véhicules de l'opérateur sera ainsi toujours présente dans cette zone en perpétuel mouvement, d'où son nom « free-floating ».



Du fait de la diversité des profils d'acteurs sur le marché de l'autopartage B2B, l'approche technologique est multiple. Les opérateurs sont donc à la recherche de partenaires techniques fournissant un système fiable et efficient, rapide à installer. Si tous proposent un accès au véhicule en automatique et la gestion des réservations et de l'information, il existe néanmoins sur le marché des disparités dans les solutions proposées :

- Avec badge d'accès. Cette solution permet aux utilisateurs de pouvoir ouvrir le véhicule avec une carte RFID spécifique au service. Cette technologie permet aussi d'être couplée à un badge d'entreprise existant.
- Avec smartphone (NFC). Il est désormais possible de pouvoir ouvrir le véhicule avec un smartphone doté de la technologie NFC. Le parcours utilisateur se retrouve ainsi simplifié. La contrainte se situant principalement dans la possession ou non d'un smartphone (27,7 millions de Français disposent d'un smartphone soit un Français sur deux).
- Via application mobile. Connectée au système d'information du service d'autopartage, une application mobile d'autopartage permet aux usagers de pouvoir effectuer une réservation, déverrouiller le véhicule, etc.

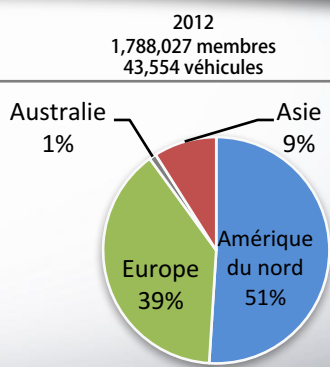
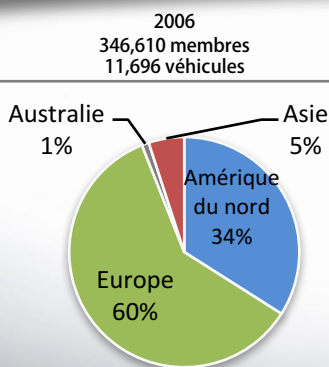


Les tendances de l'autopartage

Devenu une réalité pour le grand public et estimé à plus de 12 millions de membres à travers le monde à horizon 2020, le marché connaît une croissance fulgurante de plus de 41,35% par an. Pourtant, cette pratique dans le contexte B2B n'a rien de nouveau. Elle fut notamment utilisée en masse dans les pays de l'est durant les années 1950 et de nombreuses entreprises l'ont déjà mis en place aux Etats-Unis depuis une dizaine d'années. Une croissance similaire est observée en Europe dont le marché B2B est promis à croître de manière significative en passant de 2000 véhicules fin 2013 à plus de 100 000 d'ici 2020. Il semble, à ce titre, croître plus rapidement que le marché B2C comme l'indique le marché Anglais dont l'augmentation du nombre d'utilisateurs est de 29% comparativement au B2C (13%). Le nombre d'entreprises ayant un service d'autopartage interne passera alors de 200 en 2013 à 4000 d'ici 2020. La France est aujourd'hui devenue le 2^{ème} marché de croissance du secteur B2B Européen derrière l'Angleterre.



Les chiffres clés



Source : Worldwide car-sharing then and now : Six years of growth Shaheen & Cohen (2013)

- 3,5 millions de membres d'un service d'autopartage fin 2013.
- 6 milliards de dollars de revenus escomptés en 2020, au niveau mondial.
- 100.000 véhicules en autopartage en Europe d'ici 2020.
- 4000 entreprises européennes auront recours à l'autopartage en 2020 (200 à fin 2013).
- 80% de croissance du marché chinois de l'autopartage à 5 ans.



La démocratisation de cette pratique illustre bien la tendance de la consommation collaborative. Elle peut être définie comme un modèle économique où l'usage prédomine sur la propriété. L'usage d'un bien, d'un service ou d'un privilège peut être augmenté par le partage, l'échange, la vente ou la location de celui-ci. La consommation collaborative repose sur trois piliers : l'usage, la dimension écologique et la recréation du lien social. Hier encore, la voiture symbolisait un objet statutaire (52% liaient, il y a 20 ans, la voiture à la notion de réussite sociale), mais semble aujourd'hui promise à devenir le transport en commun du futur. Il s'opère ainsi un réel changement de paradigme passant de la possession à celui de l'utilisation comme le démontraient les chiffres de l'observatoire Cetelem 2014 :

SELON VOUS, LES CINQ NOTIONS LES PLUS ASSOCIÉES À L'AUTOMOBILE ÉTAIENT IL Y A VINGT ANS ?

(Moyenne des 8 pays)



Source : l'Observatoire Cetelem (2014)

SELON VOUS, DANS DIX ANS, L'AUTOMOBILE SERA AVANT TOUT...

(Moyenne des 8 pays)



Source : l'Observatoire Cetelem (2014)



Le passage de l'objet au service



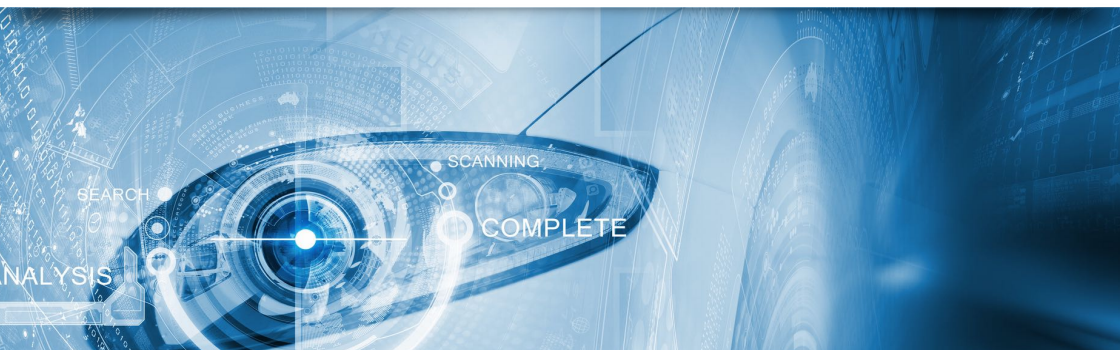
La voiture est un objet qui permet à coûts bas de pouvoir maximiser son temps personnel. Soutenue par les politiques publiques car étant un véritable vecteur

de développement des territoires, le constat à pourtant fortement évolué. En effet, nous sommes maintenant dépendant de ce mode de transport. Les ménages ainsi que les entreprises se tournent donc de plus en plus vers des solutions alternatives même s'ils ont toujours envie d'avoir des voitures. En revanche, les barrières qui empêchaient d'expérimenter des alternatives comme le covoiturage ou l'autopartage sont en train de tomber.



Gabriel Plassat
Expert ADEME service
transports et mobilités

Dès 2007, j'avais écrit que le passage de l'objet au service était amorcé. Il est clair que les technologies numériques permettent d'envisager d'autres usages que les modèles classiques. Selon moi, la voiture servicielle dans une vision 2030-2050 prendra des parts de marché. Nous le voyons déjà avec l'engouement et l'intrigue que suscite la voiture autonome. Les constructeurs deviendront certainement des acteurs parmi d'autres car cette approche servicielle bouleverse complètement la chaîne de valeur et légitimise la robotisation de l'intégral.



Un atout quadruple bénéfique

L'autopartage pour entreprises et collectivités représente une véritable réponse aux enjeux du 21^{ème} siècle. Ce système propose une solution permettant de réduire de 30% le nombre de véhicules en pool tout en garantissant le même volume de déplacement. Avec les réservations en ligne, l'accessibilité sans clé via RFID/NFC, l'autopartage B2B est simple d'usage et convient tant aux employés qu'aux administrateurs de parc. Enfin, il y a aussi un réel bénéfice au niveau RSE. En effet, l'autopartage B2B devient un véritable catalyseur de l'introduction des véhicules électriques dans les parcs automobile d'entreprises réduisant ainsi les émissions de CO2. Une étude démontre qu'en moyenne, une flotte d'entreprise possédant un système d'autopartage réduit de 15g Co2/km ses émissions comparativement à un pool de véhicules classique.



Un véritable cercle vertueux



Plus encore, l'autopartage B2B et son habilité à offrir aux employés la possibilité d'utiliser les véhicules de l'entreprise en dehors des heures de travail permet d'atteindre entre 20% et 40% des frais de location par mois du véhicule. Le quadruple bénéfice s'est ainsi dessiné : Un service innovant aux salariés, un CTP (coût total de possession) grandement diminué, une gestion de parc optimisée ainsi qu'une réduction de l'empreinte carbone.



Focus sur l'option pro/perso



L'idée d'étendre désormais un service d'autopartage professionnel, à des déplacements privés de ses salariés le soir et week-end, moyennant bien sûr, une certaine

contribution financière, découle de deux faits bien concrets. D'une part, la volonté de la direction d'Orange de mettre l'humain au cœur de l'entreprise et par conséquent pouvoir proposer des services innovants à ses salariés. D'autre part, le fait qu'un certain nombre de véhicules peuvent être sous-kilométrés. En effet, la loi de roulage initiale n'étant parfois pas atteinte, la réajuster coûte cher ! Faire rouler plus les véhicules permet de se rapprocher de la loi de roulage contractuelle.

Orange a marqué des engagements forts en termes de responsabilité sociétale d'entreprise. Ainsi partager des véhicules entre utilisateurs permet bien de se positionner dans le cadre de voitures servicielles et dont l'usage sera adapté à une utilisation particulière (électrique en dessous de 100 km dans la journée, hybride ou diesel sur de plus grands parcours par exemple).

Le service était attendu, mais nous ne nous attendions pas à un tel niveau de plébiscite par les employés. A titre d'illustration, la brève faisant l'annonce du lancement du pro/perso chez Orange a fait l'objet de plus de clics que celle de l'annonce des résultats de l'année ! C'est donc une véritable réussite et l'on observe qu'il y a désormais autant de réservations effectuées le soir que le week-end.



Patrick Martinoli
Responsable projets et
innovations Orange.

Une approche multimodale à interface unique

Autrefois habituées à des outils basiques de gestion papiers puis numériques, les entreprises ont vu leur parc de véhicules et l'utilisation de celui-ci dépasser rapidement les moyens qui étaient à leur disposition. Très vite, des plates-formes logicielles dédiées à la gestion de flotte ont vu le jour. Mais le développement de l'activité implique des déplacements plus nombreux et, de manière générale, une mobilité plus complexe. Aujourd'hui la tendance est au multimodal, en ce sens où les modèles vertueux sont ceux qui ont su intégrer l'autopartage dans une offre globale de mobilité pour les entreprises comme les collectivités. L'autopartage B2B est ainsi une évolution naturelle des offres de services proposées par les loueurs et se doit d'être pensée comme une plateforme de mobilité d'entreprise globale permettant aux employés d'utiliser différents modes de mobilité facturés sur une seule plateforme de coût.



Une expérience de mobilité





En lien avec la gestion de flotte



Le parc automobile, qu'il soit acheté ou loué, occupe une place importante dans la vie des entreprises. Il représente souvent le 2^{ème} poste de dépense. Avec un système de gestion de flotte connectée, il est désormais possible pour des grandes comme des petites flottes, de pouvoir monitorer le coût et l'utilisation de ses véhicules. En d'autres mots, l'entreprise redevient maître de ses informations et peut améliorer l'utilisation de ses véhicules.



Jean-philippe Giuzzi
Responsable commercial
Mycar Innovations

Aujourd'hui de plus en plus d'entreprises et de collectivités sont sensibles à la dimension écologique de leurs parcs. Le fait de pouvoir mettre en place des plans d'éco-responsabilité permet d'aller plus vite dans les changements de consciences en interne.

Selon moi, la gestion de flotte est intimement liée à l'autopartage. Effectivement, la complémentarité est évidente en ce sens où les gestionnaires de parc ont maintenant accès, grâce aux offres de gestion de flotte, à un reporting complet. Ils réalisent donc assez vite que le volume de leur flotte n'est pas forcément pertinent face aux besoins réels. Mettre en place une flotte partagée représente alors une solution réelle et efficace permettant de réduire la taille de leur flotte, et donc son coût, tout en garantissant le même volume de déplacement.

Enfin, concernant l'évolution du marché, j'imagine forcément des remontées d'informations aux assureurs, loueurs, garagistes et services RH par exemple ! Le fait que les constructeurs proposeront sûrement à terme ces remontées d'informations est une opportunité car elles seront monomarque. La multiplicité des interfaces sera ainsi une véritable aubaine.





Le point de vue du TSRC de Berkeley



Susan Shaheen
Co-directrice TSRC
Université de Berkeley

Le TSRC est reconnu pour utiliser un spectre large d'analyse et d'outils d'évaluations incluant les questionnaires, les interviews, les focus groups, la collecte de données automatisée afin d'analyser et interpréter les résultats. Le centre de recherche développe des réflexions ainsi que des recommandations concernant des éléments clés de l'industrie des transports.



Dans notre dernier dossier consacré au Meeting annuel de la recherche sur les transports, nous avons édifié une rétrospective sur dix années à travers une étude qui arrivait à la conclusion qu'il y a eu à notre connaissance 3 phases distinctes d'évolution du marché : Une phase d'expérimentations située entre 1994 et 2002, une phase de diversification située entre 2002 et 2007, puis une dernière phase de commercialisation à grande échelle depuis 2007. Il est aujourd'hui certain en 2015, qu'il existera une autre phase à venir bien que non connue pour l'instant. Cette prochaine étape sera très probablement due à l'évolution de la technologie, notamment au niveau des véhicules autonomes ainsi que l'évolution des modèles de partages vers des services de plus en plus flexibles et centralisés. Il nous semble aujourd'hui clair que le futur des offres de mobilité partagée se composera d'une plateforme unique et d'une offre multimodale.



Adam Cohen
Associé de recherche
Université de Berkeley

Enfin selon nous, la mobilité urbaine 2.0 sera composée de plus d'individus dans les transports en commun, le travail à domicile, une meilleure offre multimodale (avec et sans voiture) et de services à la demande. Nous ne pensons pas que les véhicules autonomes soient le seul futur de la mobilité mais nous sommes persuadés qu'ils sont un des piliers de son évolution.



UNIVERSITY OF CALIFORNIA *Berkeley*
Transportation Sustainability
RESEARCH CENTER

L'espace partagé : Quand les mobilités d'entreprise et personnelles convergent

L'urbanisation et la connectivité tendent à bouleverser les schémas de pensée. Ces changements initialement visibles sur la mobilité personnelle sont en train d'influencer indirectement le marché B2B. Ce dernier fait aujourd'hui face aux mêmes problématiques que celles du marché B2C en son temps. Les entreprises remettent en cause le besoin de posséder des véhicules dédiés à des employés spécifiques.



De l'hybridation des services



L'évolution du marché de l'autopartage B2B est très fortement prévisible du fait de l'avantage de pouvoir démocratiser cette pratique auprès de la plupart des salariés d'entreprises afin qu'ils deviennent clients pour leurs déplacements privés. Cette déclinaison corporate de l'autopartage est un service gagnant-gagnant-gagnant à tous les niveaux.

De plus, la voiture de fonction comme avantage en nature d'un cadre d'entreprise perd du poids au fur et à mesure de l'alourdissement de la taxation des sociétés et, à la marge, aussi de la conscience des cadres dont certains n'hésiteraient pas à troquer leur voiture de fonction contre un crédit mobilité multimodal de type abonnement transport en commun + vélo + crédits d'autopartage par exemple.

L'autopartage directement entre entreprises (publiques et privées) n'est en tout cas pour l'instant qu'à l'état d'expérimentations d'après nos connaissances, mais on en parle de plus en plus. Cela représente un gisement de voitures partagées énorme avec l'avantage d'être facilement opérationnel partout sur le territoire national, y compris en zones non-denses où l'autopartage commercial peut difficilement se développer du fait d'une demande éparse.



Jean Maxime
Expert CEREMA
Départements Mobilités



Aux projets multi-sites

“ Aujourd’hui nous travaillons d’ores et déjà en autopartage multi-sites avec Mobility Tech Green. Effectivement, l’objectif était de donner pour chaque correspondant local de transport la vision de ses propres véhicules en organisant plusieurs niveau de hiérarchie dans les droits administrateurs (local, régional et national). e-Colibri s’adapte ainsi à nos différentes couches de calques nécessaires à notre organisation.

Côté utilisateur, c’est aussi un gain considérable en terme d’accessibilité et de souplesse. Un salarié d’Issy-les-moulineaux peut ainsi réserver un véhicule en autopartage situé à Arcueil si il en a besoin à l’instant T. Tout le monde à accès à toutes les typologies de véhicules n’importe où. Le paradigme de l’usage tend donc vers la mutualisation tandis que celui de la gestion vers la décentralisation. C’est donc une forme d’autopartage très innovante qui à su s’imposer comme une évidence au fil de notre partenariat avec Mobility Tech Green.



Patrick Martinoli
Responsable projets et
innovations Orange.

En outre, le fait de travailler dès à présent en autopartage multisite permet à Mobility Tech Green de proposer du multi-entreprise. En effet, nous sommes actuellement en expérimentation avec la mairie de Paris pour la gestion des débordements. Notre gestion multisite interne peut donc être facilement transposable pour des expérimentations d’autopartage inter-entreprises. Il permet à ce titre de réaliser des économies de place et de pollution ce qui rejoint clairement la dimension RSE. L’entreprise ne suppléante cependant pas les acteurs publics mais devient elle aussi un acteur auprès des autres entités !



Quelles conséquences pour les salariés ?

Nous l'avions vu précédemment, il existe aujourd'hui un profond changement qui s'opère au niveau de notre rapport à la mobilité. Les logiques de possessions reculent faisant face à celles de l'utilisation. Redonner du sens à sa consommation devient alors primordial et révolutionne à sa manière les milieux privés.



Un changement de paradigme



L'entreprise est aujourd'hui devenue le dernier lieu de partage. Il est donc tout à fait normal que les pratiques de consommation collaborative actuelles s'inscrivent

dans ces lieux de vies et de rencontres. Les cadres urbains sont depuis quelques années dans ce que j'appelle, la notion « d'impossession » de la voiture. Il existe d'ailleurs des indicateurs très forts qui vont en ce sens, par exemple, l'âge du permis de conduire recule de manière très significative. Le désir aussi est en recul. En effet, depuis 10 ans, la valeur distinctive chute fortement dû au fait que tout le monde possède une voiture personnelle. Les gens aujourd'hui mesurent l'intérêt de l'achat et remettent en perspective sa pertinence.



Eric Lebreton
Maître de conférence en
sociologie
Spécialiste de la mobilité

Nous observons donc, depuis un certain temps, un profond changement dans le désir de mobilité des individus. Les entreprises seront ainsi confrontées aux mêmes problématiques que les collectivités ayant dû revaloriser les transports publics. A ce titre, en 1975, le transport collectif n'existait quasiment plus. En 20 ans, les politiques incitatives couplées aux campagnes de formations et d'informations ont fait revenir cette pratique dans les villes. C'est un problème de relais, pas seulement de communication. Les entreprises ayant la volonté d'implémenter un service d'autopartage interne devront ainsi accompagner le changement et capitaliser sur ces relais d'influence.

Nous venons donc de le voir, l'implémentation d'un système d'autopartage accompagne positivement la culture du collaboratif dans les entreprises et collectivités. L'importance de traiter un tel dispositif de manière organique est ainsi clé dans le succès de tels services. Mais quelles sont les motivations qui incitent les employés à utiliser un service d'autopartage interne ?



Modélisation de l'UTAUT



Quelques études ont été réalisées dans le monde sur les déterminants à l'usage de l'autopartage. À notre connaissance, pour l'instant, il n'existe aucune étude ayant essentiellement porté sur l'autopartage en entreprise. Pourtant, il est logique de penser que les déterminants psychologiques de l'usage d'un service d'autopartage en contexte professionnel sont en partie différents de ceux observés à propos d'un usage par des particuliers. Par exemple, les questions de coûts (comme les coûts liés à l'assurance) ne sont pas pertinentes lorsque l'utilisateur n'a rien à payer pour utiliser le service.

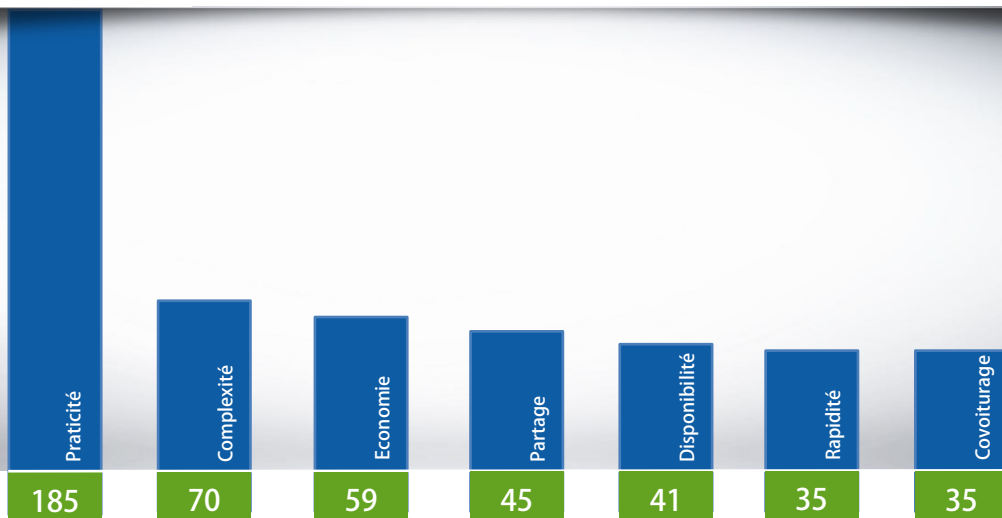


Sylvain Fleury
Coordinateur scientifique
LOUSTIC

Généralement, une personne réticente vis-à-vis de l'autopartage l'est parce qu'elle pense que cela sera compliqué et contraignant. Le plus important est donc de ne pas lui donner raison. Cela implique notamment une flotte de taille adéquate (pour éviter les indisponibilités de véhicule) ou encore un système de réservation le plus simple possible. Le second levier majeur pour favoriser l'acceptation du service est l'accompagnement des utilisateurs. Il s'agit d'apporter de l'assistance et de l'information autour de l'usage du service. Par exemple, cela peut prendre la forme d'un tutoriel vidéo à visionner lors de la première utilisation.

Pour cette prestation, un questionnaire électronique a été conçu spécifiquement par le LOUSTIC et vise à évaluer les principales dimensions psychologiques qui impactent l'acceptation du service d'autopartage (utilité perçue, normes sociales, etc.). Ce questionnaire a été mis en ligne en accès restreint et diffusé par Mobility Tech Green auprès d'une population de professionnels ayant accès, dans leur structure employeuse, à une flotte de véhicules en autopartage.

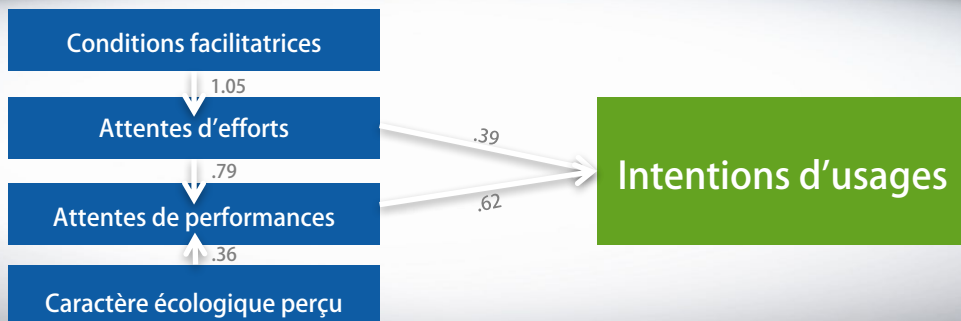
Premièrement, le questionnaire d'image nous a permis de cibler les représentations des participants associées à l'autopartage (en vert le nombre d'occurrences identifiées) :



Au regard des résultats ci-dessus, il s'avère que les deux éléments les plus importants rapportés par les participants sont strictement opposés entre simplicité et complexité, même s'ils sont une majorité à associer l'autopartage à la simplicité et la praticité du dispositif (185 occurrences). En d'autres termes, l'image associée à l'autopartage est majoritairement liée aux attentes d'efforts. On constate d'ores et déjà que la notion d'écologie apparaît nettement moins (33 occurrences) que la facilité/difficulté d'usage.

Dans un second temps, nous avons réalisé un modèle à équations structurelles. L'objectif premier consistait à observer l'impact des dimensions mesurées sur les intentions d'usages en partant du modèle UTAUT issu de la littérature.

Cette seconde étape consistait donc à vérifier la présence d'effets médiatisés. Autrement dit, il s'agissait de tester des hypothèses selon lesquelles une dimension donnée impacte les intentions d'usages de manière indirecte, en influençant une autre dimension. Nous nous sommes intéressés à l'impact du caractère écologique perçue, pour finalement aboutir au modèle ci-dessous :



L'analyse des résultats montre que l'enjeu le plus fort se situe au niveau de la facilité d'usage du système. En effet, si l'on augmente les attentes d'efforts de 1 écart-type, cela augmente les intentions d'usages de 0,39 et les attentes de performances de 0,79. Cela constitue donc un point déterminant pour augmenter l'usage de l'autopartage : plus on augmente la facilité d'usage du système, plus celui-ci sera potentiellement utilisé. Ce constat confirme les résultats du questionnaire d'image.

En conclusion : Les salariés sont sensibles à 3 variables dans leur intention d'utiliser un service d'autopartage. Premièrement, le plus important pour eux est la formation. Accompagner le lancement d'un service avec des outils de communication et un programme de E-learning favorisera grandement leur volonté d'utiliser le service. Deuxièmement, il est impératif pour eux que le service soit facile d'utilisation. Le changement étant souvent anxiogène, la facilité perçue est primordiale. Enfin, le service d'autopartage doit être efficace et performant tant au niveau technique que du service client. Ainsi, il est important de prendre en compte l'entièreté du cycle de vie de son programme d'autopartage et de l'insérer dans le plan de communication interne de l'entreprise.

LOUSTIC

Laboratoire d'observation
des usages des technologies
de l'information
et de la communication

Un regard sur le futur

La part des flottes de véhicules partagés représente 0,2% du total des flottes d'entreprises Européennes aujourd'hui et est estimée à 5% d'ici 2020. Le nombre d'employés ayant accès à un service d'autopartage en interne passera alors de 38 000 actuellement à 2 millions d'ici 2020. Ce qui représente ainsi 15-20 employés par véhicules et corrobore les résultats de recherche sur le taux de remplacement de voitures personnelles. Mais une nouvelle forme d'autopartage pourrait dans quelques années voir le jour et bouleverser les schémas traditionnels de mobilité : l'autopartage de voitures autonomes.



L'autopartage de voitures autonomes

Avec l'avènement des véhicules connectés, nous pensons immédiatement et principalement à la sécurité routière. Des voitures intelligentes pouvant communiquer à propos de leurs vitesses et de leurs positions avec les autres voitures en circulation promet en effet une réduction importante des accidents de la route. Mais ceci n'est que le prologue d'une véritable révolution. Effectivement, combiner la technologie des véhicules connectés avec l'architecture de Smartcities et de voitures sans conducteurs ouvre un champ de possibilités incroyable. L'idée même de taxis sans chauffeurs vous conduisant de votre domicile au travail laisse rêveur. En ce sens, un monde sans accidents de la route ne serait seulement que le prélude d'un monde où la possession d'une voiture devient aberrante.

Un utilisateur réserve une voiture sans conducteur avec son smartphone, la voiture arrive à sa porte et l'emmène à son rendez-vous. Ensuite la voiture autonome peut, soit retourner à son pool et se recharger d'elle même, soit honorer une nouvelle réservation ! C'est en effet une idée qui fait son chemin puisqu'une récente étude du MIT dirigée par Emilio Frazzoli estime qu'une flotte de 300 000 véhicules autonomes en autopartage peut combler les besoins en mobilité de la population totale de Singapour (environ 6 millions) et ce, avec une attente maximale de 15 minutes par réservation !





Alain Kornhauser
Directeur du programme
transports
Université de Princeton



Le chercheur Alain Kornhauser de l'Université de Princeton travaillant sur les véhicules autonomes évoque à ce propos « Ce qu'il va certainement se passer, c'est que plus personne ne sera possesseur d'une voiture ! Si vous pouvez accéder à la mobilité il est plus adéquat d'acheter le contenu que le contenant » explique-t-il. « Le problème d'aujourd'hui est le fait que les personnes achètent un véhicule pour combler leurs éventuels besoins de mobilité. Mais les voitures sans conducteurs changent véritablement l'équation. A l'heure actuelle moins de 17% des véhicules par ménage circulent en même temps. Même si une fraction minime des ces voitures non utilisées était remplacée par de l'autopartage de véhicules autonomes, la réduction du coût kilométrique global serait immense » nous explique-t-il. Son affirmation étant d'autant plus pertinente lorsque l'on considère qu'1/4 des membres de services d'autopartage ont abandonné leur voiture personnelle !

Brandon Schoettle et Michael Sivak, directeurs de recherche évoquent à ce titre « Un véhicule autonome pourrait augmenter considérablement son taux d'utilisation et remplacer de nombreux véhicules personnels s'il est utilisé comme un service de mobilité en commun ». Les chercheurs évoquent ainsi que le taux de possession de voitures personnelles aux Etats-Unis pourrait alors diminuer de 2,1 à 1,2 avec de tels services.



En conclusion

Dans un contexte de marasme économique, les flottes automobiles deviennent des enjeux majeurs dans les stratégies de réductions de coûts. Basé sur le fait qu'un véhicule non partagé est à l'arrêt en moyenne 95% de son temps, les entreprises et collectivités se tournent de plus en plus vers ces solutions alternatives. Que ce soit pour des raisons économiques, ergonomiques ou écologiques, l'autopartage B2B, nous venons de le voir, s'inscrit ainsi durablement comme tendance de fond.

Je souhaite être contacté par un conseiller



A propos de Mobility Tech Green

Avec plus de 12 années d'expérience sur le secteur de l'autopartage B2B et 100 000 utilisateurs de nos solutions, nous commercialisons différentes offres d'autopartage permettant de réelles économies pour les entreprises et les collectivités, alliées à une réduction efficace des émissions de CO2. Nous sommes aujourd'hui à l'avant-garde d'une nouvelle vision de la mobilité, d'un nouveau monde. Au croisement de la voiture connectée, des villes intelligentes et de la consommation collaborative Mobility Tech Green répond aux véritables enjeux du 21^{ème} siècle par l'innovation technologique.

Welcome to the world of disruptive [R]evolution !





« Il s'agit d'enclencher un changement, de ne plus raisonner en possession mais en usage. Nous allons ainsi proposer à plus de salariés la possibilité de disposer d'un véhicule en autopartage. Cela permettra de limiter l'emploi du taxi, d'éviter l'usage du véhicule personnel et donc le recours aux IK, et de pallier les difficultés des transports en commun dans certaines zones », explique Jean Zermati. Le gestionnaire de la flotte d'Orange compte ainsi passer à 1000 véhicules en autopartage dès la fin de l'année 2015 : « Au bout de quatre ou cinq ans de déploiement, nous espérons réduire de quelques milliers d'unités la taille de la flotte, avec quelques millions d'euros d'économies à la clé ». Avec des bénéfices importants tels que la diminution du parc existant de 30% et la réduction des frais kilométriques de 50%, l'autopartage devient la solution de mobilité plébiscitée par les entreprises.



Le tout électrique n'y changerait rien, nous devons repenser la manière de nous déplacer. Plus d'un milliard de véhicules parcourent actuellement la planète ; selon les Nations Unies, ce chiffre devrait tripler d'ici 2050. À l'heure de la transition énergétique, les progrès réalisés dans le monde de l'automobile et au-delà pourraient nous laisser penser que nous sommes proches d'une solution durable. Et pourtant, toutes ces avancées sont sans effet sur les problèmes liés à la congestion des centres urbains. La seule issue est de remettre en cause la manière de nous déplacer.

B2B

A partir de 49€ HT par mois*
(prix par véhicules sur 48 mois)

Kit embarqué



Ordinateur de bord e-Colibri box

La dernière version de notre calculateur e-Colibri bénéficie des dernières technologies afin de pouvoir opérer tous types de services d'autopartage. Grâce à une conception pensée expérience utilisateur, l'ordinateur de bord e-Colibri box permet de connecter votre véhicule à internet et de le rendre 'intelligent'.

Lecteur RFID & NFC

Spécialement conçu pour des services d'autopartage, notre lecteur permet la lecture des technologies RFID et NFC. Les possibilités sont donc nombreuses car le véhicule est désormais accessible via un badge d'accès, smartphone, smartwatch et via notre technologie de remote control.

Bouton de fin de réservation

Enfin, le kit embarqué se compose d'un bouton de fin de réservation permettant aux utilisateurs de pouvoir mettre fin instantanément à une réservation. Très pratique, il libère ainsi le véhicule d'une réservation et le rend de nouveau accessible aux autres membres du service !

Front office de réservation

Notre plateforme de réservation a été conçue pour offrir un service de qualité et être intuitif aux utilisateurs finaux. Accessible via PC & Smartphone, il se décline aussi sous la forme d'une application entièrement personnalisable. Enfin, le front office comprend la gestion des réservations, l'accès aux informations de son compte utilisateur, la possibilité de prolonger une réservation, et la confirmation de réservations via sms & mail.

Back office de gestion

Fruit de dizaines d'années d'expérience aux côtés de gestionnaires de flotte, e-Colibri facilite la gestion du service d'autopartage afin de rationaliser les coûts de votre parc. Il comprend : la gestion en temps réel des véhicules et des abonnés, la gestion des véhicules et de leur maintenance, ainsi que d'un module statistique poussé permettant l'analyse complète de votre parc automobile.

Call-center et service support

Mobility Tech Green accompagne en continu ses partenaires concernant leur service de mobilité 2.0. Ainsi, un call-center pour utilisateurs et gestionnaires est inclus dans notre solution. Le support comprend aussi la formation au logiciel !

Logiciel e-Colibri



e-Colibri®
Carsharing technology

Accompagnement Carebox



680€/ jours
minimum 5 jours

Développements informatiques sur-mesure

Notre pôle informatique est à votre disposition pour effectuer des développements sur-mesure. Avec Carebox, vous pouvez donc imaginer le service d'autopartage qui vous ressemble !

Formation individuelle ou collective

Notre pôle support vous accompagne sur la formation au système e-Colibri. Vous pouvez bénéficier de plusieurs types de formation selon votre convenance : Webinaires, à distance ou sur place.

Accompagnement communication

Notre service communication vous accompagne concernant le lancement de votre service d'autopartage. Vous pouvez ainsi disposer d'une prestation complète allant de la réalisation d'une vidéo marketing pour votre service, jusqu'à la mise en place d'un e-Learning pour vos utilisateurs.

Gestion de projets

Un chef de projet peut vous être dédié afin de gérer la mise en place de votre système. A la fois facilitateur technique et force de proposition, votre chef de projets vous apporte son expérience afin d'établir pour vous, la bonne déclinaison de votre service.

Avec plus de 12 années d'expérience sur le secteur de l'autopartage B2B et 100 000 utilisateurs de nos solutions, nous commercialisons différentes offres d'autopartage permettant de réelles économies pour les entreprises et les collectivités, alliées à une réduction efficace des émissions de CO2. Nous sommes aujourd'hui à l'avant-garde d'une nouvelle vision de la mobilité, d'un nouveau monde. Au croisement de la voiture connectée, des villes intelligentes et de la consommation collaborative Mobility Tech Green répond aux véritables enjeux du 21ème siècle par l'innovation technologique.