



HAL
open science

La voiture partagée : quelles pistes pour l'affirmation d'une offre de mobilité crédible ?

Thomas Signorino

► **To cite this version:**

Thomas Signorino. La voiture partagée : quelles pistes pour l'affirmation d'une offre de mobilité crédible ?. Géographie. 2018. dumas-01880590

HAL Id: dumas-01880590

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01880590>

Submitted on 25 Sep 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Rapport de fin d'étude de Master 2

IDT²

Ingénierie du Développement Territorial et de la Transition



La voiture partagée: quelles pistes pour l'affirmation d'une offre de mobilité crédible?

Présenté par Thomas SIGNORINO

thomas.signorino@laposte.net

Septembre 2018

Stage effectué au sein de Citiz Alpes-Loire

38 cours Berriat 38 000 Grenoble



Sous la direction de Stéphanie PESENTI

chargée de développement

contact : s.pesenti@citiz.fr

Tutrice pédagogique : Sonia CHARDONNEL

NOTICE ANALYTIQUE Rapport de fin d'étude

M2 IDT² – Ingénierie du Développement Territorial et de la Transition

ANNÉE UNIVERSITAIRE: 2017/2018

OBSERVATIONS DU JURY	
A : Très bon rapport de fin d'étude	
B : Bon rapport mais avec des faiblesses sur quelques aspects	
C : Rapport acceptable présentant un intérêt particulier sur certains aspects	
<i>Précisions éventuelles sur les faiblesses et les forces du mémoire :</i>	
Signatures	

AUTEUR	NOM		PRÉNOM	
	SIGNORINO		Thomas	
TITRE	La voiture partagée: quelles pistes pour l'affirmation d'une offre de mobilité crédible ?			
UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES & Institut de Géographie Alpine	Nom et prénom du Tuteur pédagogique		Nom de la structure dans laquelle le stage a eu lieu (et localisation)	
	CHARDONNEL Sonia		Citiz Alpes-Loire	
			Nom et prénom du responsable professionnel présent dans le jury	
	PESENTI Stéphanie			
COLLATION	Nb. de pages		Nb. de volumes	
	60		1	
	Nb. d'annexes		Nb. de réf. biblio.	
	2		31	
MOTS-CLÉS	Mobilité – déplacements – voiture partagée – mobilité collaborative – automobile – autopartage – ambassadeurs			
TERRAIN D'ÉTUDE OU D'APPLICATION	Autopartage avec Citiz Alpes-Loire			

Les usages partagés de l'automobile s'affirment au sein du bouquet d'offres de mobilité alternative. La voiture partagée représente un potentiel dans la mutualisation des usages et l'optimisation du parc automobile français. Néanmoins, ces services nécessitent une articulation au sein des offres multimodales et une coopération des acteurs de la mobilité. Enfin, il semble nécessaire de garantir un cadre favorable à l'émergence d'une offre crédible et de fournir un effort d'accompagnement des nouveaux usages.

The shared uses of the automobile are affirmed within the bouquet of offers of alternative mobility. Car sharing represents a potential in the pooling of uses and the optimization of the French car fleet. Nevertheless, these services require an articulation within the multimodal offers and a cooperation of the actors of the mobility. Finally, it seems necessary to guarantee a favorable framework for the emergence of a credible supply and to provide an effort to support new uses.

**Autorisation de diffusion d'un
mémoire de master dans la base
DUMAS 2017-2018**

Auteur du mémoire

Je, soussigné(e) (NOM, Prénom).....
 Etudiant en (spécialité et parcours).....
 Auteur et signataire du mémoire (titre).....

- Certifie la conformité de la version électronique déposée à la bibliothèque de l'IUGA avec l'exemplaire remis au jury.
- S'engage à signaler les documents pour lesquels il ne détient pas les droits de reproduction et de représentation ou les autorisations afférentes. Ces documents devront être masqués ou retirés de la version diffusée sur la base Dumas par l'auteur.
- S'engage à respecter l'anonymat et le droit individuel des personnes.
- Renonce à toute rémunération pour la diffusion effectuée dans les conditions précisées ci-dessus.

Agissant en l'absence de toute contrainte, et sachant que je bénéficie de la liberté de permettre ou non la diffusion de mon mémoire :

- J'autorise sa diffusion**, sans limitation de temps, dans les conditions suivantes :

DUMAS	Texte intégral	Diffusion immédiate	<input type="checkbox"/>
		Diffusion différée : date de mise en ligne :	<input type="checkbox"/>

Conformément à la loi « informatiques et libertés » du 6 janvier 1978, modifiée en 2004, je pourrai à tout moment modifier cette autorisation de diffusion par simple courriel à : iuga-bibliotheque@univ-grenoble-alpes.fr

- Je n'autorise pas sa diffusion.**

FAIT à le Signature de l'étudiant précédée de la
 mention « bon pour accord »

Jury de soutenance :

Je, soussigné(e) (NOM, Prénom)..... président de jury certifie avoir pris connaissance des conditions de diffusion définies par l'auteur ci-dessus et prononce un avis :

- favorable**
 défavorable

FAIT à le Signature du président du jury
 précédée de la mention « bon pour accord »

DÉCLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : ...SIGNORINO.....

PRENOM : ...Thomas.....

DATE : ...22/08/18.....

SIGNATURE :



REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toute l'équipe de Citiz Alpes-Loire pour son accueil bienveillant et pour l'attention qu'elle m'a accordée.

Je remercie tout particulièrement Stéphanie Pesenti qui m'a accompagné tout au long de ce stage et qui s'est montrée attentive à mon bien-être. J'ai apprécié le respect mutuel et la confiance dans nos échanges.

Je remercie également Sonia Chardonnel pour sa disponibilité et son intérêt vis-à-vis de ce stage. Son soutien fut une aide précieuse pour la rédaction de ce mémoire.

J'aimerais remercier à nouveau Janig Mouro pour l'aide qu'elle m'a accordé lors de mon précédent stage et qui fut déterminante dans mon parcours de formation.

Enfin, je n'oublie pas mes proches qui m'ont soutenu tout au long de cette formation.

Table des matières

INTRODUCTION.....	10
A. LA VOITURE PARTAGÉE : UNE ALTERNATIVE À L’USAGE INDIVIDUEL DE L’AUTOMOBILE.....	12
1. Une diversité d’usages partagés de la voiture.....	12
1.a. L’autopartage.....	12
1.b. Le covoiturage.....	17
1.c. Les autres formes de voiture partagée.....	19
2. Les potentiels de la voiture partagée.....	20
2.a. Un nouvel usage du mode de déplacement dominant.....	20
2.b. Les avantages et les besoins liés à l’automobile.....	20
2.c. Le potentiel de mutualisation entre usages particuliers et professionnels.....	21
B. L’ENJEU DE LA VOITURE PARTAGÉE AU SEIN DU MILIEU PROFESSIONNEL, POUR DES PRATIQUES COLLABORATIVES QUI S’INTÈGRENT AU PRINCIPE DE MULTIMODALITÉ.....	23
3. Les potentiels identifiés au sein du cadre professionnel.....	23
3.a. Le potentiel de mutualisation et de mise en partage.....	23
3.b. L’enjeu de la distribution urbaine.....	24
3.c. Les usages partagés dans le sens du renouvellement du parc automobile.....	25
4. La voiture partagée au sein du bouquet des offres de mobilité alternative.....	25
4.a. La nécessité de s’intégrer à une offre multimodale.....	25
4.b. Le rôle des services à la mobilité.....	26
4.c. L’autopartage identifié comme déclencheur de pratiques multimodales.....	27
C. PROMOUVOIR UNE OFFRE CRÉDIBLE ET ACCOMPAGNER LES NOUVEAUX USAGES.....	29
5. Proposer un cadre favorable à l’affirmation de l’offre.....	29
5.a. Le potentiel des expérimentations.....	29
5.b. Les acteurs de l’innovation.....	30
5.c. Le rôle des acteurs traditionnels.....	31
6. Permettre aux usagers de s’approprier l’offre de mobilité.....	32
6.a. Établir les conditions propices aux nouveaux usages.....	32
6.b. Accompagner le changement des comportements pour favoriser les usages collaboratifs.....	33
6.c. Renforcer le rôle de l’animation : le cas des initiatives « ambassadeurs ».....	35
CONCLUSION.....	39

FICHES OPÉRATIONNELLES.....	41
Les missions confiées lors du stage.....	41
La gestion de projet.....	44
L’animation au sein du réseau des acteurs de l’ESS.....	45
La vie coopérative.....	47
Le modèle de l’entreprise libérée.....	48
Mon projet professionnel.....	49
BIBLIOGRAPHIE.....	52
TABLE DES SIGLES.....	56
ANNEXES.....	57

INTRODUCTION

Chaque année, dans le bassin grenoblois, la pollution atmosphérique est à l'origine de 114 décès prématurés.¹ Ainsi nos déplacements provoquent un enjeu sanitaire mais également des enjeux environnementaux et sociaux. En effet, 3 500 poids lourds circulent chaque jour dans la métropole grenobloise et le secteur des transports est le premier contributeur aux émissions de gaz à effet de serre (GES).² De plus il est également responsable de l'émission d'autres polluants.³ Par ailleurs, au-delà de l'impact sur notre santé et notre environnement, la mobilité induit des effets sur notre vie quotidienne. La difficulté d'accès à la mobilité est reconnue comme un frein à l'emploi et environ 18 % des ménages français sont identifiés comme « vulnérables à l'augmentation du prix du carburant ».⁴

Face à ce constat, les acteurs de la mobilité se sont fixés l'objectif du développement des mobilités alternatives et la lutte contre l'autosolisme. Les transports collectifs sont un pilier essentiel de ce dispositif, depuis longtemps intégrés dans les politiques de déplacement. Les modes doux (ou modes actifs) comme la marche à pieds et le vélo sont également largement promus au sein des agglomérations. Plus récemment, les usages collaboratifs de l'automobile trouvent une part croissante dans nos déplacements.

Ainsi, ce que nous pouvons appeler la « voiture partagée » semble être reconnue comme une alternative crédible à la pratique individuelle de l'automobile. Ces usages émergents et collaboratifs se traduisent par une large diversité de pratiques, parmi lesquelles le covoiturage et l'autopartage. L'essor de ces usages témoigne d'un changement de pratiques de mobilité ainsi qu'une réelle attente de la part des usagers.

Néanmoins, la part modale des usages partagés de l'automobile est encore faible, voire marginale dans le cas de l'autopartage. Ce qui n'empêche pas les acteurs de la mobilité de prêter une attention particulière à la voiture partagée, ces nouveaux usages de l'automobile pourraient présenter un fort potentiel. En effet, les déplacements automobiles sont dominants et loin de pouvoir être entièrement substitués dans de nombreux territoires.

1 Selon l'Institut pour l'Avancée des Biosciences

2 Réussir le passage à l'écomobilité, 2018, ADEME

3 Tels que les particules fines ou les oxydes d'azote

4 Selon le CERTU, un ménage est dit vulnérable à l'augmentation du carburant s'il dépense plus de 18 % de ses ressources en besoin de mobilité

La voiture partagée est une solution alternative de mobilité qui nécessite de s'intégrer à une offre de mobilité globale. Le propos de ce mémoire est d'explorer « **Les pistes pour l'affirmation de la voiture partagée comme une offre de mobilité crédible** ».

Dans la première partie, nous allons présenter la diversité des usages partagés de la voiture. Nous nous intéresserons tout particulièrement à l'autopartage qui est l'objet de mon stage. Il sera question des formes de mobilité, des acteurs, des usages et des effets de ces pratiques. Ensuite, nous traiterons de manière globale de l'automobilité partagée, afin d'identifier son potentiel et l'intérêt qu'elle traduit.

Dans la seconde partie nous traiterons du sujet de l'automobile partagée au sein du secteur professionnel. Celui-ci présente des enjeux propres, des acteurs essentiels à la diffusion de la mobilité alternative mais également une connexion avec les usages automobiles particuliers. Nous nous pencherons ensuite sur la nécessité d'intégrer la voiture partagée au sein de l'offre multimodale et le rôle des services à la mobilité. Puis nous traiterons plus particulièrement de l'effet déclencheur de multimodalité de l'autopartage.

Enfin, la dernière partie traitera du cœur du sujet : l'enjeu de faire se rencontrer l'offre de mobilité et les usages de déplacements. En premier lieu, nous présenterons l'intérêt des expérimentations pour lancer les nouvelles mobilités, puis le rôle des nouveaux acteurs et des acteurs traditionnels dans la mise en œuvre des offres alternatives. Ensuite, nous aborderons les usages et les outils pour que les usagers puissent s'approprier les offres de mobilité à leur disposition. Nous verrons qu'il est essentiel de proposer un cadre propice à ces nouvelles pratiques et le rôle que peut jouer l'accompagnement au changement des comportements. Pour finir, nous traiterons plus en détails du rôle de l'animation et de la communication pour le développement des mobilités émergentes, et ce, à travers l'exemple des initiatives « ambassadeurs ».

Ce mémoire propose également, après la conclusion, une série de « fiches » détaillées et abordant les aspects plus opérationnels de mon stage. Elles sont consacrées aux compétences, aux missions et à mon projet professionnel. Certaines proposent également de détailler certains aspects de mon stage.

A. LA VOITURE PARTAGÉE : UNE ALTERNATIVE À L'USAGE INDIVIDUEL DE L'AUTOMOBILE

En mai 2017, 30 % des français ont eu recours au covoiturage au cours de l'année passée et le nombre d'utilisateurs de l'autopartage a été multiplié par deux en deux ans⁵, la voiture partagée tend à s'imposer comme une alternative crédible à l'autosolisme, au même titre que les transports collectifs et les modes actifs. L'autopartage et le covoiturage sont ainsi des alternatives à l'usage et à la propriété de la voiture individuelle. Nous allons voir que ces deux usages partagés de l'automobile présentent une importante diversité.

Ces nouveaux usages automobiles traduisent d'une part un réel besoin de l'automobilité mais également un changement des pratiques comportementales en matière de déplacement.

Pour les acteurs de la mobilité également, le développement des usages partagés de l'automobile présente un réel intérêt et un fort potentiel dans la lutte contre les usages individuels de la voiture.

1. Une diversité d'usages partagés de la voiture

1.a. L'autopartage

- Définition

L'autopartage est un système de mise en commun de voitures, accessibles en libre-service à une communauté d'abonnés. Chacun des abonnés peut ainsi accéder quand il le souhaite à un véhicule d'autopartage pour la durée de son trajet.

L'activité d'autopartage est légalement définie comme « *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* ». ⁶

5 Observatoire des mobilités émergentes, 2017, ADEME

6 Article L1231-14 du Code des Transports, 2012, Legifrance

L'autopartage permet un accès facile à l'automobilité, en effet il n'est pas nécessaire d'acheter un véhicule, ni de l'assurer. L'opérateur se charge des frais et démarches liés d'ordinaire à la propriété du véhicule, l'autopartage induit uniquement des frais d'usage.

Cette pratique est particulièrement orientée pour répondre à des usages ponctuels. Elle permet également de faciliter l'accès à la mobilité pour des usagers en besoin d'automobilité mais incapables d'en supporter financièrement la propriété.

Ainsi, l'autopartage est un levier majeur pour inciter les ménages à diminuer leur possession automobile. Selon les profils, la voiture partagée remplace la voiture principale ou le véhicule secondaire du ménage. L'objectif de telles pratiques est de diminuer le taux de motorisation tout en permettant l'accès à l'automobilité.

- Les acteurs

Citiz Alpes-Loire, où j'ai effectué mon stage, est l'acteur local de l'autopartage. En effet, son service est présent sur une quarantaine de communes en Haute-Savoie, Savoie, Isère, Drôme, Ardèche, Loire et Ain.

Citiz Alpes-Loire est né d'un projet associatif dédié à la création et au développement d'un service d'autopartage local. L'association « Alpes Autopartage » créée en 1999 propose dès 2005 un service opérationnel. Elle change de nom pour « Cité Lib » en 2004 et prend sa forme actuelle en 2010 lorsqu'elle fait le choix de devenir une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC). Enfin, depuis 2017, la coopérative prend la marque « Citiz » lorsqu'elle intègre le réseau national du même nom.

Tel que cela est décrit dans ses statuts, la coopérative a pour but : « *La création et le développement d'un service d'autopartage dans l'agglomération grenobloise, le département de l'Isère et la région Rhône-Alpes. C'est-à-dire un système innovant de déplacement, qui concourt aux objectifs de la loi sur l'air, visant à limiter l'usage de la voiture et à accroître la part des transports en commun dans les déplacements* ».

En effet les voitures Citiz sont en moyenne moins polluantes que le parc automobile. Ainsi l'action de la coopérative permet de participer au changement des modes de vie, d'optimiser l'usage de la voiture et de libérer de l'espace public. L'autopartage ambitionne de libérer de l'espace en ville tout en optimisant l'usage de la voiture.

Depuis quelques années, Citiz Alpes-Loire propose une innovation majeure de l'autopartage, qui connaît un réel succès auprès des particuliers comme des professionnels. Le service « Ma Chère AUTO » permet à des propriétaires de véhicules sous-utilisés de les intégrer à la flotte

de véhicules en autopartage. Ce projet a permis d'intégrer plus de 70 véhicules à la flotte de Citiz Alpes-Loire en « prêt » de longue durée de la part de propriétaires.

Comme cela a été noté précédemment, depuis 2017, la coopérative Cité Lib a intégré le réseau coopératif national Citiz sous le nom Citiz Alpes-Loire. En France, le réseau Citiz est présent dans 90 villes et revendique 1 200 voitures et 30 000 utilisateurs. Le réseau Citiz est aujourd'hui l'un des seuls modèles économiques rentables dans le domaine de l'autopartage⁷.

L'intérêt pour les acteurs locaux et pour le développement de l'autopartage réside dans le fait de pouvoir accroître la lisibilité et la cohérence de l'offre d'autopartage. Cela permet également de mutualiser un certain nombre d'outils et de méthodes (centrale d'appels, communication, etc.). L'intégration au réseau donne également l'occasion aux différents opérateurs de bénéficier des expériences de chacun et d'en tirer profit collectivement. Ce fut le cas cette année pour Citiz Alpes-Loire qui a lancé son nouveau service « Yea! » à Grenoble. En effet, ce service d'autopartage en libre service intégral, c'est-à-dire sans réservation et sans station, fonctionnait déjà dans d'autres villes du réseau.

La polémique autour d'Autolib à Paris a fait couler beaucoup d'encre ces derniers mois, néanmoins il s'agit d'un autre acteur professionnel de l'autopartage. Cet exemple illustre que selon ses formes l'autopartage n'est pas toujours une pratique homogène. Les principaux acteurs concurrents des réseaux professionnels sont les structures de l'autopartage entre particuliers. Ceux-ci mettent en relation des particuliers, via des systèmes de plate-formes numériques, pour qu'ils organisent leurs pratiques collaboratives.

- Typologie des formes d'autopartage

L'autopartage le plus fréquemment rencontré est celui dit « en boucle ». Cette forme d'autopartage consiste à ramener le véhicule à son point de départ initial, en général un stationnement réservé (on peut parler de « station »). Cette forme de location en boucle répond à des besoins de déplacements ponctuels et elle est adaptée au milieu urbain dense.

Ce modèle d'autopartage vient en complément des autres modes de transport. Il est principalement utilisé pour des déplacements ponctuels, souvent extra-urbains, de quelques heures à plusieurs jours. Avec ce modèle, chaque voiture en autopartage supprime environ neuf véhicules particuliers et huit places de stationnement !⁸

7 Assises de la mobilité, 2017, Groupe de travail modèles économiques innovants

8 Enquête Nationale sur l'Autopartage, 2017, ADEME

Nous n'allons guère nous étendre sur l'autopartage en « trace-directe », il est peu répandu et moins vertueux que l'autopartage en boucle. Dans ce modèle, la location se fait en aller simple, il n'est pas nécessaire de retourner à sa station de départ, on peut laisser sa voiture sur une autre station du service. Ce modèle fait parfois concurrence aux autres modes de déplacement et a moins d'impact sur la réduction de la place et de l'usage de l'automobile. Il a été montré que l'autopartage en boucle amène l'adhérent à se passer de voiture alors que l'autopartage en trace-directe l'incite à l'utiliser davantage.⁹

Depuis le mois de juin 2018, Citiz a lancé un service d'autopartage en « free-floating » à Grenoble. Ce modèle d'autopartage est aussi qualifié de libre service intégral puisqu'il n'est nécessaire ni de réserver le véhicule ni de le stationner sur un emplacement réservé. Géolocalisés, les véhicules peuvent être pris et restitués n'importe où dans l'espace public. Il suffit simplement de déposer le véhicule dans un périmètre pré-défini (à Grenoble il s'agit de Grenoble 38 000 et La Tronche).

Ces différents types d'autopartage se complètent. L'autopartage en boucle est un service complémentaire aux autres modes de transport, lorsque ceux-ci ne se suffisent plus. Être adhérent permet de répondre à des usages automobiles ponctuels tout en réalisant ses trajets réguliers avec un autre mode de déplacement. L'autopartage en libre service intégral peut permettre de capter un public différent et de répondre à des usages plus instantanés. Ce modèle sert parfois de produit d'appel et peut aider à faire un premier pas vers l'autopartage.

- Typologie des modèles d'acteurs

Dans le cas de Citiz, où une société propose un service à des clients abonnés, nous parlons de service « Business to Consumers » (BtoC). L'acteur professionnel met à disposition le service d'autopartage à ses clients.

Lorsqu'il s'agit d'autopartage entre particuliers, tel que le propose des acteurs comme Drivy, Koolicar ou OuiCar, nous parlons de service « Consumers to Consumers » (CtoC). Dans ce cas, les acteurs jouent uniquement un rôle de mise en relation (souvent par une plate-forme numérique). Malgré tout, ce type d'autopartage peut également être informel, sans l'intervention d'acteur intermédiaire.

9 *ibid*

Enfin, il existe aussi une autre forme d'autopartage, celui entre entreprises. Il s'agit dans ce cas de partage de flotte de véhicules « Business to Business » (BtoB). Cela présente les mêmes intérêts qu'entre particuliers et participe à mutualiser les véhicules, réduire les coûts et diminuer l'empreinte carbone des entreprises.

- Profils d'utilisateurs

L'autopartage reste pour le moment ce que l'on pourrait appeler un marché de niche, en effet nous pouvons observer une « *large surreprésentation de personnes plutôt âgées, financièrement aisées et fortement diplômées* ». ¹⁰ Autre point essentiel, ce mode de transport s'adresse tout particulièrement aux habitants des grandes villes, où les transports collectifs sont fortement représentés. L'autopartage étant une pratique complémentaire aux déplacements journaliers, il est souvent observé une forte part de déplacements en soirées ou en week-ends. Les utilisateurs s'affirment comme des individus mobiles, capables d'utiliser une diversité de modes de déplacement.

L'autopartage reste une pratique de mobilité très minoritaire (2,5 % des français y ont eu recours durant les 12 derniers mois¹¹). Néanmoins elle s'affirme comme une solution adaptée à une certaine diversité de clientèle, parmi lesquelles les entreprises, les collectivités ou les associations. Ces usagers professionnels sont complémentaires aux usagers particuliers.

- Les effets

L'étude nationale commanditée par l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)¹² montre les effets vertueux de l'autopartage. Parmi lesquels, « *en 2016, une voiture d'autopartage remplace[...] 10 voitures personnelles, si l'on prend en compte l'ensemble des voitures dont les usagers se sont séparés après leur inscription à l'autopartage* »¹³. Si les impacts varient en fonction du modèle d'autopartage, toutes ces pratiques participent néanmoins à la réduction des gaz à effet de serre, à la réduction de la demande en stationnement mais également à accroître la complémentarité avec les autres modes de déplacements alternatifs.

¹⁰ *ibid*

¹¹ Observatoire des mobilités émergentes, 2017, ADEME

¹² Et réalisée par le bureau d'étude 6-t

¹³ Enquête Nationale sur l'Autopartage, 2017, ADEME

Concrètement l'autopartage permet aux usagers de se passer de leur véhicule principal ou de leur seconde voiture personnelle. Cela réduit le taux de motorisation des ménages qui vont vendre leur véhicule ou ne pas en acheter. En France, 46 % des usagers de l'autopartage sont des personnes qui avaient une voiture avant d'utiliser l'autopartage et n'en possèdent plus à l'heure actuelle.¹⁴

Pratiquer l'autopartage permet surtout de réduire la dépendance à la voiture personnelle. Les autopartageurs modèrent leurs usages et révèlent des pratiques automobiles plus raisonnées. Cette pratique permet d'observer entre 30 et 45 % de réduction de kilomètres parcourus par les usagers du service.¹⁵

- Conditions de succès

Certaines conditions semblent essentielles à la réussite d'un service d'autopartage. Cette forme de mobilité partagée fonctionne dans les espaces où les déplacements usuels peuvent être réalisés avec d'autres modes de transport, ainsi les stations fonctionnent d'autant mieux au sein d'espaces multimodaux. Par ailleurs la facilité d'accès au service est fortement conseillée, cela permet de ne pas freiner le « passage à l'acte ».

Au delà du fonctionnement en lui-même, l'implantation d'un service d'autopartage nécessite bien souvent un soutien de la collectivité, notamment au travers de la communication. Il y a un réel défi à faire réaliser potentiels aux usagers les avantages environnementaux mais aussi économiques de cette pratique.

1.b. Le covoiturage

- Définition

Le covoiturage est le mode d'automobilité collaboratif le plus répandu. Il consiste à partager un véhicule avec d'autres usagers pour effectuer un trajet commun. « *En substituant un usage individuel du véhicule par un usage partagé, le covoiturage permet donc bien une optimisation du taux d'occupation des véhicules – vertueuse sur le plan économique et écologique* »¹⁶.

14 *ibid*

15 État de l'autopartage à travers le monde (S.Shaheen et C.Morency)

16 Observatoire des mobilités émergentes, 2017, ADEME

La loi relative à la Transition écologique et énergétique de 2015 définit la notion de covoiturage comme : « *l'utilisation en commun d'un véhicule par un conducteur et un ou plusieurs passagers, effectuée à titre non onéreux, excepté le partage des frais, dans le cadre d'un déplacement que le conducteur effectue pour son propre compte* ». ¹⁷

- Les acteurs

Nous pouvons distinguer deux types d'acteurs de covoiturage : privés et publics. Les acteurs privés jouent un rôle de mise en relation des usagers du covoiturage, de facilitateur et participent à garantir son bon déroulement. BlaBlaCar ou Illicov¹⁸ en sont des exemples. Les acteurs publics s'emparent également du sujet en proposant leurs propres plate-formes de covoiturage. C'est le cas de Move'ici notre plate-forme régionale qui cherche à rassembler l'offre de covoiturage à l'échelle régionale.

Il semble également utile de préciser le rôle actif des entreprises et collectivités qui peuvent, par le biais de leur plan de mobilité (PDM), développer la pratique du covoiturage (tant au travers de mesures incitatives que d'outils pratiques).

Enfin, il ne faut pas oublier le covoiturage informel qui, s'il n'est pas encadré et difficilement mesurable, n'en reste pas moins une pratique très répandue.

- Typologie des formes de covoiturage

Le covoiturage traduit une diversité de pratiques, qui diffèrent selon la distance, la fréquence, le motif et l'organisation. Bien évidemment toutes ces catégories se recoupent.

Ainsi nous pouvons parler de covoiturage courte ou longue distance (l'opérateur BlaBlaCar étant leader sur les pratiques de longue distance). De la même manière, nous pouvons dissocier le covoiturage régulier de celui ponctuel. Cela peut aller de paire avec le motif, le covoiturage régulier pouvant être associé à une pratique domicile-travail par exemple. Enfin le covoiturage organisé, via un opérateur et une entente préalable, s'oppose à une pratique dite « spontanée ».

17 Développement du covoiturage régulier de courte et moyenne distance, 2017, ADEME

18 Opérateur de covoiturage entre le Vercors et Grenoble

- Usages et tendances

La pratique du covoiturage traduit aujourd'hui une réalité pour de nombreux français, en effet, on estime que 30 % des français ont eu recours au covoiturage ces 12 derniers mois.¹⁹ Dans les grandes agglomérations, le rôle des plate-formes de mise en relation est certain. Alors que dans les espaces peu denses ce sont plutôt des pratiques informelles ou spontanées qui s'affirment.

Contrairement à beaucoup de mobilités dites alternatives, le covoiturage, quelque soit ses formes, « est une des rares pratiques de mobilité émergentes qui se diffuse à l'échelle de l'ensemble du territoire de manière relativement équilibrée »²⁰. De plus, le covoiturage domicile-travail est pressenti comme celui ayant le plus fort potentiel de développement, une tendance qui peut être confirmée par les efforts consentis par les entreprises dans le cadre de leur plan de mobilité.

1.c. Les autres formes de voiture partagée

Enfin nous pouvons évoquer la location entre particuliers ou « voiture de transport avec chauffeur » (VTC). Cette pratique peut être considérée comme une variante du covoiturage dans le sens où un automobiliste va partager l'usage de son véhicule personnel. Néanmoins la différence fondamentale réside dans le fait que le chauffeur se fait rémunérer pour partager son véhicule lors d'un trajet. Nous pouvons considérer cela comme un usage partagé du véhicule personnel mais cette notion reste à discuter selon les modalités d'usage.

En dernier lieu, l'auto-stop organisé s'apparente également au covoiturage, puisque plusieurs personnes partagent un même véhicule lors d'un trajet. L'auto-stop organisé peut être vu comme une forme de covoiturage sans organisation préalable puisque l'auto-stoppeur ne connaît à l'avance ni la personne ni les modalités de sa prise en charge. Finalement nous pouvons considérer l'auto-stop organisé comme une forme de covoiturage, ce sont seulement les modalités de pratique qui varient.

Cette première partie révèle une forte diversité d'usages partagés de la voiture. Ceux-ci révèlent le rôle de la voiture au sein des pratiques alternatives de mobilité. Ces différents usages répondent à une diversité de situations et laissent entrevoir le potentiel automobile dans la lutte contre l'autosolisme.

19 Observatoire des mobilités émergentes, 2017, ADEME

20 *ibid*

2. Les potentiels de la voiture partagée

2.a. Un nouvel usage du mode de déplacement dominant

L'automobile est actuellement le mode de déplacement le plus utilisé par les français. Les infrastructures sont déjà présentes sur le territoire et les habitudes de déplacement automobile sont ancrées dans nos sociétés. Cette habitude joue un rôle non-négligeable dans la prise en compte de la routine et des pratiques journalières. Ceci dans le but de limiter les freins à l'usage lorsqu'on souhaite développer des pratiques de mobilité émergentes. Néanmoins, au-delà de l'usage, c'est parfois la propriété automobile (et l'autonomie qui y est associée) qui peut constituer un frein aux usages partagés de la voiture.

Néanmoins, par rapport aux autres modes de déplacement, l'automobile possède les ratios les plus élevés en matière d'émissions de polluants ou de CO2 ou de consommation énergétique par kilomètre/voyageur. Par ailleurs, le taux d'occupation des véhicules reste faible et de nombreux véhicules sont sous-utilisés (alors qu'ils consomment de l'espace public tout en constituant une charge financière pour leur propriétaire). Dans ce cas il est urgent de mutualiser et d'optimiser la possession et l'usage du parc automobile français.

Lorsqu'on demande aux salariés quels modes de déplacement alternatifs ils souhaitent voir se développer, ils citent en priorité le covoiturage et les véhicules partagés²¹. Si l'usage automobile est prédominant, c'est qu'il répond à un besoin réel.

2.b. Les avantages et les besoins liés à l'automobile

Pour répondre à certains besoins, l'automobile reste le mode de déplacement de prédilection. De manière non-exhaustive, nous pouvons évoquer le port de charge, le transport de personnes ayant des difficultés de mobilité mais également la situation des territoires peu denses où les alternatives sont moins présentes qu'en milieu urbain.

21 Les salariés en agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants citent en priorité le covoiturage (43 %) et les véhicules partagés (31 %) - Les nouvelles mobilités en entreprise, 2017, Observatoire du Véhicule d'Entreprise

Dans les espaces à faible densité, la voiture conserve une place quasi-indispensable. Alors que les solutions de mobilité alternative se développent principalement dans les grandes aires urbaines, pourtant ce sont ces espaces qui concentrent déjà le plus d'alternatives crédibles à la voiture. A l'inverse, ces solutions peinent à s'implanter en dehors des agglomérations, où la voiture personnelle perdure comme la solution dominante. Ce phénomène creuse l'écart, en terme de solution de mobilité, entre les espaces urbains et les espaces peu denses.²²

Si l'automobile présente d'indéniables avantages, ce mode de déplacement présente également des limites toutes aussi réelles. Nos voitures sont utiles pour répondre à des besoins très ponctuels (port de charge, déplacement à plusieurs,...) ce qui ne correspond pas à la réalité d'une grande part de nos usages. Ainsi le gabarit du véhicule est bien souvent sous-utilisé, avec en moyenne 1,2 ou 1,3 passager(s) par trajet ! De plus, une fois notre trajet décompté, nos voitures restent la plus grande partie de leur temps à l'arrêt ou en stationnement. En fait, nos usages automobiles sont reconnus comme la cause d'un enjeu énergétique, environnemental et sanitaire, ils questionnent également l'aménagement de nos villes et la place que nous accordons à ce mode de déplacement.

Face à ce constat il semble évident d'aller vers des usages partagés et une mutualisation de nos automobiles. Cette tendance peut être considérée comme une opportunité pour les usagers également, ainsi sans changer leur mode de déplacement (automobile) ceux-ci peuvent accéder à des véhicules de diverses catégories, des véhicules également plus récents et moins énergivores.

2.c. Le potentiel de mutualisation entre usages particuliers et professionnels

L'idée de partager les usages automobiles et de mutualiser la possession d'un véhicule est valable tout autant pour les particuliers que pour les professionnels. Il semble même opportun de favoriser les usages partagés de la voiture entre particuliers et professionnels. Ces deux secteurs d'usage, loin d'être scindés, peuvent se rendre complémentaires. En effet, bien des véhicules sont équivalents, au même titre que les infrastructures.

22 Observatoire des mobilités émergentes, 2017, ADEME

Citiz Alpes-Loire réalise plus de 50 % de son chiffre d'affaires avec des clients professionnels et 60 % de ses nouveaux inscrits sont des professionnels.²³ Cette tendance est mise à profit pour concilier les usages particuliers et professionnels, en effet les déplacements dans le cadre de l'emploi se font principalement en semaine aux horaires de travail, alors que ceux réalisés à titre personnel le sont en soirée ou en week-end. Ces deux publics sont donc complémentaires.

Par ailleurs les usages collaboratifs de l'automobile dans le cadre professionnel présentent plusieurs avantages pour le développement de la voiture partagée en général. En effet l'autopartage, ou le covoiturage, dans le cadre professionnel favorise la pratique en tant que particulier, cela sert bien souvent à franchir le pas. Les collectivités et les entreprises peuvent d'ailleurs inciter leurs employés à pratiquer l'automobilité partagée, notamment lorsqu'il s'agit d'appliquer leur plan de mobilité. Pour les salariés « *les types de déplacements qui paraissent avoir le plus d'avenir sont le véhicule partagé (64 %) et le véhicule personnel (48 %) »*.²⁴

Effectivement, la Loi de Transition Énergétique pour la Croissance Verte rend obligatoire, au 1er janvier 2018, la mise en place de plan de mobilité (PDM) au sein des établissements de plus de 100 travailleurs sur un même site. Ces dispositifs ont pour but d'inciter les salariés à modifier leurs habitudes de déplacement et à promouvoir l'utilisation des transports alternatifs.

Ainsi il apparaît que le secteur professionnel porte un enjeu dans le processus de mutualisation et des pratiques multimodales. Les entreprises (ainsi que les collectivités) ont un rôle à jouer pour lutter contre l'autosolisme et pour la promotion des usages partagés de la voiture au sein, mais également à l'extérieur, du cadre du travail.

23 Verdissage des flottes et développement de l'autopartage sur le territoire métropolitain grenoblois, 2018, Grenoble-Alpes-Métropole

24 Les nouvelles mobilités en entreprise, 2017, Observatoire du Véhicule d'Entreprise

B. L'ENJEU DE LA VOITURE PARTAGÉE AU SEIN DU MILIEU PROFESSIONNEL, POUR DES PRATIQUES COLLABORATIVES QUI S'INTÈGRENT AU PRINCIPE DE MULTIMODALITÉ

Nous allons ici nous intéresser au cadre du secteur professionnel. En effet, les acteurs professionnels ont un rôle à jouer au sein de la diffusion des pratiques collaboratives. De plus, la voiture partagée peut aussi présenter un intérêt pour l'entreprise.

Nous verrons également que ces usages partagés s'inscrivent dans un principe de multimodalité.

3. Les potentiels identifiés au sein du cadre professionnel

3.a. Le potentiel de mutualisation et de mise en partage

Le monde professionnel est générateur d'une masse considérable de déplacements. En effet, sur le territoire grenoblois « *en 2002, une enquête Ménages Déplacement a démontré que les entreprises généraient quotidiennement, et à elles-seules, 250 000 déplacements domicile-travail dont une très grande majorité faite en voiture (63%)* »²⁵.

De part sa nature, le monde du travail nécessite des besoins de mobilité à la fois ponctuels et spécifiques. Par ailleurs, la temporalité inhérente aux temps de l'emploi se traduit par des usages aux heures de travail et des véhicules non-utilisés en dehors de ses horaires. Ainsi, comme cela a été évoqué précédemment, de nombreux véhicules professionnels sont immobilisés les soirs et week-ends alors que la demande de mobilité des particuliers est réelle.

Face à ce constat, il peut sembler alors avisé de partager l'usage des flottes de véhicules. C'est le cas de l'expérimentation « La Voiture Postale » du groupe La Poste²⁶ qui permet aux collaborateurs du groupe d'emprunter des véhicules postaux inutilisés en soirée ou les

25 Plan de Mobilité / MPro, www.smtc-grenoble.org

26 Projet initié en 2014 en Basse-Normandie, Meuse-Champagne-Ardenne et Île-de-France – Mobilités collaboratives et partagées, 2017, FNE

week-ends pour leurs trajets professionnels ou personnels. L'autopartage avec Citiz s'est saisi de cet enjeu, par exemple à Talence (commune limitrophe de Bordeaux) où une station du service Citiz Bordeaux, installée à côté de la mairie, est réservée aux agents en journée la semaine et ouverte au public les soirs et week-ends.²⁷ Lors des dernières assises nationales de la mobilité de 2017, il a été recommandé de mettre en partage une partie du parc automobile de l'État et des collectivités, et ce entre autres, dans un devoir d'exemplarité de la fonction publique.

3.b. L'enjeu de la distribution urbaine

Dans un modèle de consommation où les livraisons sont omniprésentes, la distribution urbaine et les livraisons de marchandises en tout genre prennent une allure d'enjeu incontournable. Chaque jour, 37 000 opérations de livraison ont lieu dans les plus grandes communes de la métropole grenobloise. Par ailleurs, le transport de marchandises constitue une source importante de pollution de l'air. Il correspond à 24 % de l'ensemble des kilomètres parcourus, à 36 % des émissions de particules fines et à 47 % des émissions d'oxydes d'azote du secteur des transports.²⁸ De plus au-delà des émissions diverses, cela participe à la congestion urbaine.

Une fois encore, il semble judicieux d'optimiser les véhicules de transport ainsi que leurs usages. L'Institut d'Architecture et d'Urbanisme d'Île de France note « *Le marché [l'autopartage] devrait s'étendre au secteur de la logistique urbaine* ». ²⁹ Des pistes peuvent être imaginées, telles que la mutualisation des véhicules de distribution urbaine ainsi que l'optimisation de leur usage. Enfin, certains véhicules de transport, comme les petits utilitaires, pourraient également être partagés avec des usages de particuliers ou entre professionnels.

Les centres de distribution urbaine (CDU) sont un exemple de ce qui peut être fait dans ce sens. Ces structures « *permettent de réceptionner les marchandises provenant de différents transporteurs, de les regrouper par destinataire, puis de les livrer en utilisant des véhicules mieux adaptés à l'environnement urbain et plus écoresponsables* ». ³⁰ Dans l'agglomération grenobloise, il existe le centre de distribution urbaine du marché d'intérêt national (MIN) ainsi que celui du consortium EVOL³¹, piloté par le groupe La Poste.

27 Enquête Nationale sur l'Autopartage, 2017, ADEME

28 Zone basses émissions marchandises, 2018 ; Grenoble-Alpes-Métropole

29 « Le partage de véhicules : un marché francilien en expansion » (septembre 2015)

30 Zone basses émissions marchandises, 2018 ; Grenoble-Alpes-Métropole

31 EVOL : Espaces de Valorisation et d'Optimisation Logistiques

3.c. Les usages partagés dans le sens du renouvellement du parc automobile

Partager un véhicule est moins onéreux que d'en posséder un. En effet, en partageant leurs véhicules les établissements se partagent également les coûts fixes, ceux liés à la propriété. Cette économie peut permettre de financer l'achat de véhicules plus récents et moins émetteurs de gaz à effet de serre. Ce qui peut aller de paire avec la mobilisation d'aides financières pour l'achat ou la location de véhicules propres. Cette initiative permet d'être en accord avec la responsabilité sociétale de l'entreprise mais également de respecter les nouvelles réglementations en vigueur.

En effet les objectifs définis par la législation européenne se traduisent par des réglementations et des restrictions de circulation. Prenons l'exemple du cas grenoblois, la zone de circulation restreinte établie depuis 2017 sur le centre grenoblois sera élargie en 2019. De plus une « zone basses émissions poids lourds et véhicules utilitaires légers » va être instaurée en 2019. Au delà des réglementations restrictives ou incitatives (aide à l'achat) portées par la collectivité, les entreprises ont un rôle à jouer via la mise en partage de leurs véhicules et l'acquisition de véhicules à faibles émissions.

Nous l'avons vu, le monde professionnel révèle des enjeux mais également un rôle dans la transition de notre modèle de mobilité professionnelle. Si la voiture partagée semble plébiscitée au sein des entreprises, cette solution doit s'inscrire dans une offre multimodale.

4. La voiture partagée au sein du bouquet des offres de mobilité alternative

4.a. La nécessité de s'intégrer à une offre multimodale

La voiture partagée ne se suffit pas, ce mode de déplacement fonctionne lorsqu'il est couplé avec d'autres offres de mobilité. L'autopartage et le covoiturage sont proposés pour être complémentaires avec les autres formes de mobilité. Ceci est flagrant avec l'autopartage, où la plupart des stations sont situées à proximité des transports collectifs. Il a d'ailleurs été retenu que cette proximité avec la multimodalité est une condition de réussite d'un service d'autopartage. Dans le cadre tel qu'il est défini par le gouvernement, le label

d'autopartage entend bien « *la mise à disposition [du service] s'effectue à partir de stations situées à proximité d'un moyen de transport collectif* ». ³²

En effet, la voiture partagée répond à un besoin spécifique et/ou ponctuel, il est alors essentiel que son usager puisse mobiliser d'autres modes de déplacement (comme le vélo ou les transports collectifs) pour répondre à ses autres besoins. Par ailleurs, cette notion est importante, elle traduit le fait que la voiture partagée n'est pas pensée pour faire concurrence aux autres modes de transports alternatifs mais pour les compléter. Elle constitue au même titre une alternative à l'autosolisme et peut permettre de diminuer l'usage et la possession automobiles.

4.b. Le rôle des services à la mobilité

Dans le champ des mobilités collaboratives, les technologies de l'information et de la communication (TIC) jouent un rôle essentiel. En effet, lorsqu'il s'agit de partager la possession et/ou l'usage d'un véhicule il est essentiel de pouvoir échanger et collaborer. Ainsi les usages de l'autopartage et du covoiturage ont largement profité de la montée en connectivité de notre société. Les plate-formes et les applications, qui jouent un rôle de mise en relation et de support d'échange, sont la partie visible émergée du phénomène. Les systèmes numériques et les boîtiers (dont sont équipées les voitures en autopartage notamment) sont également le fruit de ces technologies. Celles-ci peuvent participer à réduire les coûts des mobilités collaboratives, puisqu'il est nécessaire que l'automobilité partagée soit financièrement accessible et attractive vis-à-vis de la voiture personnelle.

L'exemple des VTC, avec le cas d'Uber, illustre bien le rôle primordial des nouvelles technologies dans les mobilités émergentes. Les structures traditionnelles doivent faire face à de nouveaux usages de déplacement. ³³ Les applications mobiles sont le fer de lance de cette tendance et peuvent largement influencer les comportements et les habitudes de mobilité. Dans une société de plus en plus connectée, les TIC sont un outil essentiel pour le développement des nouvelles mobilités, et notamment les mobilités collaboratives puisqu'elles permettent de faciliter, de fiabiliser et de sécuriser leur pratique.

Les services de mobilité doivent également fournir des informations dans le sens des pratiques multimodales. C'est le rôle des agences de mobilité, ces structures capables de « vulgariser » toutes ces offres et de les mettre en relation, pour favoriser ainsi la multimodalité et les alternatives à l'autosolisme. Les agences de mobilité, ainsi que les

32 Article L1231-14 du Code des Transports, 2012, Legifrance

33 Usages novateurs de la voiture et nouvelles mobilités, 2016, PIPAME

services associés (comme le service Métromobilité), fédèrent l'ensemble des offres de déplacement à disposition des habitants. L'information ne se cantonne pas aux différents modes de transport (transports collectifs, vélos, etc.) mais elle couvre également les services qui y sont associés (consignes, stationnement, etc.). Le but étant de favoriser l'articulation entre toutes ces offres de mobilité et d'aiguiller l'utilisateur vers les solutions alternatives qui s'offrent à lui.

A titre d'exemple, nous pouvons évoquer le cas du parking Cambridge récemment inauguré sur la Presqu'île scientifique de Grenoble. Cette structure est intéressante puisqu'elle a pour ambition de mutualiser les emplacements de stationnement des usagers, ainsi les visiteurs peuvent utiliser les stationnements la journée uniquement pour que les résidents en aient l'usage la nuit. De plus ce parking abrite également un espace d'information et des services liés à la mobilité. Cet espace de stationnement intègre des stationnements réservés à l'autopartage ainsi que des postes de recharge de véhicules électriques. En finalité, l'objectif est « *d'inciter et d'accompagner l'usage partagé de la voiture et des voitures « propres » tout en faisant la promotion des modes de déplacement doux et alternatifs à la voiture* ». ³⁴

4.c. L'autopartage identifié comme déclencheur de pratiques multimodales

Un intérêt substantiel de l'autopartage réside dans le fait que son usage permet de favoriser les pratiques multimodales. En effet, « *l'Enquête Nationale sur l'Autopartage [...] a permis de mettre en évidence l'effet « déclencheur de multimodalité » de l'autopartage en boucle : l'autopartage permet aux habitants des villes de s'affranchir de la voiture individuelle, de découvrir et de s'approprier d'autres modes de déplacement* ». ³⁵ L'autopartage se révèle un déclencheur de transfert modal vers les transports collectifs (et les autres modes alternatifs), et il participe à la diminution des usages et de la place accordée à l'automobile dans nos villes. ³⁶ Les chiffres avancés dans l'étude restent néanmoins à nuancer, en effet l'effet sur les comportements est parfois dû à une minorité d'autopartageurs particulièrement motivés et actifs.

Il est également intéressant de s'attarder sur l'évolution des comportements au sein même de la pratique de l'autopartage. En effet, avec l'offre Ma Chère AUTO proposée par

34 Le parking Cambridge : un espace mutualisé, innovant et écologique pour les mobilités, 2018, Grenoble-Alpes-Métropole

35 Enquête Nationale sur l'Autopartage, 2017, ADEME

36 Statut de la coopérative Alpes Autopartage, Citiz Alpes-Loire

Citiz Alpes-Loire, des propriétaires de voitures peuvent « louer » leur véhicule à Citiz qui les intègre (et les équipe) à la flotte de véhicules partagés. Ces usagers de l'autopartage illustrent un statut intermédiaire dans lequel la pratique de l'autopartage peut se combiner à la propriété du véhicule. Néanmoins on observe que certains propriétaires de voitures Citiz, après un certain temps d'usage, cèdent définitivement leur véhicule et se tournent vers un usage « classique » de l'autopartage. Ce phénomène traduit un processus de renoncement de la propriété automobile.

L'autopartage en boucle favorise la démotorisation et le report modal (une étude réalisée par le bureau 6-t relève qu'une voiture en autopartage remplace 9 voitures particulières).³⁷ De manière générale, accepter l'idée de partager sa voiture, qu'on en reste propriétaire ou non, entraîne une réduction de son usage automobile. Puisque les coûts de l'autopartage sont fixés sur l'usage, il devient plus évident de mesurer le coût à l'usage et de comparer avec d'autres modes de déplacement. En dissociant l'usage de la propriété de la voiture, le service modifie ainsi les comportements.

Ainsi, nous pouvons considérer que les usages partagés de la voiture participent au changement des usages automobiles et des comportements de mobilité. L'enjeu réside donc dans la mise à disposition d'offres crédibles (attractives financièrement et faciles d'accès) afin que les usagers s'en emparent.

37 Usages novateurs de la voiture et nouvelles mobilités, 2016, PIPAME

C. PROMOUVOIR UNE OFFRE CRÉDIBLE ET ACCOMPAGNER LES NOUVEAUX USAGES

Cette troisième et dernière partie propose d'explorer les conditions et les enjeux liés à la volonté de faire de la voiture partagée une offre de mobilité alternative crédible. Nous pouvons pour cela aborder deux dimensions, celle liée à l'offre d'un service de mobilité et celle liée à l'usage. Celles-ci se concentrent en un objectif commun, celui de mettre en adéquation l'offre et la demande de mobilité.

5. Proposer un cadre favorable à l'affirmation de l'offre

5.a. Le potentiel des expérimentations

Les nouvelles offres de mobilité sont bien souvent conduites dans le cadre d'un processus expérimental. En effet, les expérimentations permettent de tester des solutions innovantes, de maîtriser les coûts et de mesurer les usages ainsi que le potentiel d'une solution. La plupart des innovations mettent un certain temps à se conforter (l'équilibre financier est laborieux) et l'innovation évolue selon un processus d'essais-erreurs.

Néanmoins les expérimentations sont recommandées. Par exemple l'ADEME lance des appels à projets régionaux pour soutenir des expérimentations qui visent à proposer des solutions de mobilité innovantes dans les petites agglomérations et dans les zones peu denses.³⁸ Ces méthodes, qui visent à développer des solutions nouvelles, s'attachent à privilégier une approche par le besoin, plutôt que par l'offre.

A Québec, « l'évaluation de l'expérimentation d'une voie réservée [...] a révélé une progression de 30 % du nombre de véhicules partagés en un an ».³⁹ Le processus d'expérimentation permet ainsi d'évaluer et de vérifier si les solutions de mobilité sont efficaces et adaptées aux territoires. Pendant trois années, Citiz Alpes-Loire a également porté l'expérimentation « Cite Lib By Ha:mo » (de petits véhicules électriques en partenariat avec Toyota). Suite au bilan, celle-ci n'a pas été reconduite, mais l'expérience a tout de même apporté des résultats : attrait de nouveaux clients, meilleure connaissance des

38 Usages novateurs de la voiture et nouvelles mobilités, 2016, PIPAME

39 Développement du covoiturage régulier de courte et moyenne distance, 2017, ADEME

besoins des usagers grenoblois, etc. Ces résultats ont été précieux lors du lancement du service de free-floating Yea! qui a tiré les leçons de l'expérimentation antérieure.

A Grenoble, le syndicat mixte des transports en commun (SMTC) porte et soutien des expérimentations. C'est le cas de la voie réservée au bus, sur l'autoroute dans le sens Valence-Grenoble. Mais également d'expérimentations moins visibles telle que le service « Bus-Taxi »⁴⁰ dont le SMTC a confié la gestion à l'association LAHGGLO.⁴¹

Ce dernier exemple illustre un mode de fonctionnement où les acteurs institutionnels délèguent des projets expérimentaux à des acteurs non-institutionnels. En effet, ces acteurs associatifs ou coopératifs se révèlent particulièrement adaptés à la mise en œuvre de mobilités innovantes. Si ces structures révèlent un fort potentiel, les acteurs institutionnels comme les autorités organisatrices de la mobilité (AOM) tiennent un rôle de soutien indispensable.

5.b. Les acteurs de l'innovation

Les acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) et les coopératives sont identifiées comme des acteurs de prédilection pour faire émerger les innovations et pour appliquer une gouvernance nécessaire à une bonne articulation entre les acteurs de la mobilité. En effet, « *les coopératives possèdent des propriétés en matière de protection des salariés et de gouvernance qui les placent comme des candidats à haut potentiel pour traiter les enjeux de nouvelles mobilités* ». ⁴² Par ailleurs ces structures sont souvent ancrées dans le territoire, ce qui constitue une expertise dans le cadre du déploiement de services de mobilité.

La SCIC Citiz Alpes-Loire met en avant cet ancrage territorial et promeut une gouvernance collaborative. Ce mode de fonctionnement permet d'aller dans le sens d'une bonne intégration du service d'autopartage dans les politiques de déplacement.⁴³ Il est essentiel de se doter d'une capacité de coopération avec les autres services de transport, la coopération, plutôt que l'esprit de concurrence, va dans le sens de la multimodalité. Par ailleurs, la dimension territoriale de la SCIC est mis en avant comme une force, puisque Citiz

40 Ce service permet de recourir à un taxi pour effectuer « le dernier kilomètre » entre un terminus de transports collectifs et son domicile. La course étant majoritairement prise en charge par le SMTC.

41 Les Associations d'Habitants du Grand Grenoble : Lien et Ouverture

42 Assises de la mobilité, 2017, Groupe de travail modèles économiques innovants

43 Statut de la coopérative Alpes Autopartage, Citiz Alpes-Loire

Alpes-Loire se définit comme un « opérateur local » qui gère un service d'« autopartage de proximité ». Cette dimension territoriale se couple néanmoins avec l'appartenance au réseau national. Ce groupement permet de renforcer le service tout en renforçant la capacité de coopération des différents acteurs du réseau.

5.c. Le rôle des acteurs traditionnels

Les entreprises de mobilité innovante ne répondront pas seules à l'ensemble des besoins sans soutien public.⁴⁴ Ainsi les acteurs publics jouent un rôle nécessaire puisque les collectivités et les AOM peuvent d'une part apporter un soutien financier mais également d'autre part les accompagner et participer à établir un cadre favorable à leur développement. En d'autres termes, les acteurs institutionnels « *ont les moyens d'organiser les conditions favorables à l'émergence et au développement de solutions innovantes de mobilité [...], en synergie avec les moyens de transport traditionnels, en vue de trouver des solutions intégrées de mobilité sur les territoires* ». ⁴⁵

Très concrètement, les acteurs institutionnels disposent des capacités réglementaires indispensables au développement des solutions alternatives de mobilité. Par ce biais, ils peuvent largement influencer, voire favoriser, leur développement. La collectivité a un rôle essentiel dans la garantie d'un cadre favorable à l'émergence des usages partagés de l'automobile. Les réglementations de stationnement et de circulation en sont l'un des principaux exemples.

En effet, les acteurs publics peuvent instaurer des mesures directement en faveur de la voiture partagée (voie de circulation et stationnement réservés par exemple) soit indirectement via des mesures restrictives à son usage individuel. Les politiques de restriction du stationnement jouent un rôle incontournable dans la pratique de l'autopartage, les contraintes de stationnement ont un effet déclencheur sur la décision de pratiquer la voiture partagée. « *Aux yeux des usagers, avoir une place réservée pour chaque véhicule constitue un atout majeur de l'autopartage. En France, 43 % des usagers déclarent que les contraintes de stationnement automobile ont joué un rôle dans leur décision de s'inscrire à un service d'autopartage* ». ⁴⁶ Enfin, en interne, les collectivités et les entreprises, peuvent encourager les usages partagés de la voiture. Cela permet de garantir un socle d'usages du service mais cela joue également un rôle dans la diffusion du service.

44 Assises de la mobilité, 2017, Groupe de travail modèles économiques innovants

45 *Ibid*

46 Enquête Nationale sur l'Autopartage, 2017, ADEME

Il s'agit de mener en parallèle des actions dissuadant l'usage de la voiture individuelle tout en encourageant l'usage des modes alternatifs. C'est la politique « du bâton et de la carotte ». ⁴⁷ Les actions menées à Grenoble par le SMTC traduisent l'intérêt pour la voiture partagée. Le plan de déplacement urbain (PDU), à horizon 2030, confirme cela au travers de ses orientations 12 et 13 pour : « *donner sa juste place à la voiture et privilégier un usage partagé* ». ⁴⁸ Ainsi le SMTC, à travers ce document, ambitionne, entre autres, de développer les services dédiés au covoiturage et de favoriser le développement de l'autopartage. ⁴⁹ Ainsi les dispositifs de stationnement réservés et la gratuité du stationnement traduisent un effort fait en faveur du développement de la voiture partagée.

6. Permettre aux usagers de s'approprier l'offre de mobilité

6.a. Établir les conditions propices aux nouveaux usages

Le premier pas est souvent le plus difficile lorsqu'un individu souhaite pratiquer une mobilité alternative. Cela demande un effort supplémentaire par rapport au choix de l'habitude. Afin de réduire cet effort, il est essentiel de faciliter les démarches d'accès au service. Cela passe par une inscription aisée (avec possibilité de dématérialisation), un accès en libre-service au service et une aisance dans l'usage.

Plusieurs éléments peuvent aller dans ce sens :

- les mesures favorisant les usages multimodaux : combinaison tarifaire, accès aux services etc. C'est le cas lorsqu'un aménagement lié à la voiture partagée se trouve à proximité d'un arrêt de transport collectif ou d'une gare.
- les avantages tarifaires : il est demandé que les frais liés à l'usage de l'autopartage et du covoiturage soient (en partie) pris en charge par les employeurs, au même titre que les abonnements de transport en commun. ⁵⁰

47 Zoubir, 2013

48 PDU 2030, 2018, SMTC

49 *Ibid*

50 Les salariés qui prennent les transports publics pour se rendre sur leur lieu de travail bénéficient d'un remboursement à hauteur de 50 % de leurs frais.

6.b. Accompagner le changement des comportements pour favoriser les usages collaboratifs

Pour accompagner les nouvelles pratiques de mobilité, il est parfois pertinent d'accompagner les usagers. Cela passe par plusieurs canaux :

- l'information de l'offre complète de mobilité et des avantages parfois peu connus
- la sensibilisation aux enjeux de la mobilité (qui concerne directement les usagers, comme la pollution et l'enjeu sanitaire)
- l'accompagnement au changement des pratiques de mobilité. Cela concerne en premier lieu, la dynamique du « premier pas » qui est souvent le plus délicat, puisque cela bouleverse les habitudes de mobilité. Il s'agit ensuite de conforter ces nouvelles pratiques pour en faire de nouvelles habitudes.

En effet, la mobilité quotidienne reste un espace central de construction des routines, notamment au travers de la mobilité liée à l'emploi.⁵¹ C'est pour cela qu'il est essentiel de favoriser les usages occasionnels qui peuvent se révéler des expériences réussies et ensuite devenir des usages réguliers. La pratique des « baptêmes » en est un bon exemple. L'opérateur Rezopouce⁵² pratique ces baptêmes afin de casser les idées reçues et de prouver l'intérêt et la fiabilité de son service d'autostop organisé. Le parking Cambridge⁵³ sert également cet objectif transversal « *d'inciter et d'accompagner l'usage partagé de la voiture [...]* ». ⁵⁴

Néanmoins, si les offres de mobilité sont conçues comme un ensemble de solutions complémentaires, cela demande de faire preuve d'« agilité » dans ses déplacements du quotidien. Il semble alors nécessaire d'accompagner les usagers dans ces pratiques combinées. Cet effort d'agilité induit un bon degré d'information et une capacité à passer d'un mode à l'autre, tout en cherchant à optimiser ses déplacements. Par ailleurs, cette tendance semble se développer puisque « *la propension à faire varier son mode de transport, voire à combiner les différents modes lors d'un même déplacement, progresse* »⁵⁵.

51 L'invention des routines, 2015, F. De Coninck

52 Opérateur du service d'autostop organisé du même nom, actuellement lancé dans le sud de la métropole grenobloise ainsi que dans le Grésivaudan et le Voironnais.

53 Précédemment abordé dans la partie 2 : Le rôle des services à la mobilité

54 Le parking Cambridge : un espace mutualisé, innovant et écologique pour les mobilités, 2018, Grenoble-Alpes-Métropole

55 Observatoire des mobilités émergentes, 2017, ADEME

Ainsi le rôle de l'animation et de la communication est primordial dans la promotion des usages novateurs de l'automobile. Cela demande beaucoup d'investissement (en temps et financier) mais l'ADEME recommande que 75 % du budget soit consacré au rôle d'animation.⁵⁶ Les temps forts liés à la mobilité sont des occasions particulièrement adaptées à cet objectif. Nous pouvons citer à titre d'exemple la semaine européenne de la mobilité, organisée en septembre.

Par ailleurs, les automobilistes ont tendance à largement sous-estimer les coûts réels de la voiture. Pour autant l'ADEME estime entre 5500 et 6000 € le coût annuel de la possession d'une petite citadine (15 000 km/an).⁵⁷ En effet, le choix des individus en matière de déplacement n'est pas purement rationnel et nombreux sont ceux qui n'ont qu'une connaissance limitée des alternatives. Face à ce constat, le conseil personnalisé semble être une approche efficace pour réduire l'usage individuel de l'automobile et pour accompagner les usagers vers des pratiques alternatives.

Voici ce qui fait référence au concept de management de la mobilité.⁵⁸ « *Le concept du management de la mobilité agit dans la perspective d'optimiser l'usage de l'offre alternative de mobilité existante et de la développer en créant les conditions favorables d'un changement de culture et de pratiques en matière de déplacement* ». ⁵⁹ Il s'agit d'intervenir directement sur les facteurs qui déterminent les choix et les usages de mobilité.

Autrement dit, le management de la mobilité consiste à promouvoir les mobilités alternatives à l'autosolisme en modifiant les pratiques des individus mais également des organismes. Cette approche est basée sur des méthodes dites douces telles que l'information et la communication mais également la coordination entre les acteurs et les services de mobilités.⁶⁰

Le management de la mobilité est une approche qui connaît un essor certain dans le milieu de la mobilité. L'opération « Je Plaques Ma Caisse »⁶¹ commandée par le SMTC illustre la prise en compte par les acteurs de la mobilité des actions sur l'usage et non uniquement sur la politique de l'offre. Par ailleurs, cela est également traduit dans le PDU à horizon 2030 par

56 Développement du covoiturage régulier de courte et moyenne distance, 2017, ADEME

57 Zoubir, 2013

58 Ou mobility Management (MM)

59 Zoubir, 2013

60 D'après la définition de l'European Platform On Mobility Management (EPOMM)

61 Opération de conseil individualisé à destination des propriétaires de véhicules polluants.

l'objectif d'« accompagner les changements de comportement ». ⁶² Cela comprend notamment le développement du conseil personnalisé et la création d'un réseau d'ambassadeurs de la mobilité. Ce dernier va retenir notre attention pour la dernière partie de ce mémoire puisqu'il fait écho à l'une de mes missions principales lors de ce stage.

6.c. Renforcer le rôle de l'animation : le cas des initiatives « ambassadeurs »

Comme nous l'avons évoqué, la communication et l'animation se révèlent essentielles lorsqu'il s'agit de promouvoir les pratiques alternatives de mobilité. Il s'agit d'une part d'informer les usagers des offres de mobilité à leur disposition et d'autre part de les sensibiliser aux enjeux liés à leurs déplacements. Nous parlons ici d'enjeux sociétaux mais également d'enjeux individuels puisque les pratiques de mobilité influent directement sur la situation financière d'un ménage ainsi que sur la qualité de vie.

Les nouveaux acteurs de la mobilité ne disposent pas toujours de moyens pour assurer une communication adéquate au lancement et à la pérennisation d'un projet. C'est pour cela que le soutien des acteurs institutionnels est indispensable en communication. Les AOM peuvent apporter un soutien financier et technique, mais elles participent également à crédibiliser et à renforcer la cohérence et la lisibilité des différentes offres de mobilité émergente.

Ainsi, les agences de mobilité sont les lieux de prédilection de mise en valeur et d'articulation des différentes offres de mobilité. Elles permettent de centraliser l'information et constituent un espace de conseil en mobilité. En espaces peu denses, les plate-formes d'animation dématérialisées et les relais locaux d'information sont également primordiaux pour informer et sensibiliser les individus en matière de déplacement. Enfin, il s'agit également de favoriser les outils d'animation participatifs entre acteurs de la mobilité, ceci afin de mieux intégrer les services de déplacement à un écosystème d'offres de mobilité. Un des objectifs étant qu'un opérateur puisse, lorsque son service n'est pas adéquat au profil d'un individu, le rediriger directement vers un autre acteur de la mobilité. Citiz Alpes-Loire intègre cela dans son dispositif d'accueil. Si suite à son diagnostic de mobilité, l'inscription n'est pas réalisée, le personnel de l'agence redirige la personne vers, au minima, l'agence de mobilité du SMTC.

62 PDU 2030, 2018, SMTC

Dans le cadre de l'autopartage, le vecteur informel de communication est également très marqué. On estime à 30 % la part d'utilisateurs qui ont découvert l'autopartage en passant devant une station.⁶³ Si le bouche-à-oreilles fonctionne dans une certaine mesure, il semble nécessaire de trouver un canal de communication afin de démocratiser les services d'usages collaboratifs de la voiture. Selon le concept de « progrès par l'exemple », il semble que les utilisateurs « ambassadeurs » puissent présenter un certain potentiel.

Les ambassadeurs sont des utilisateurs des nouvelles mobilités, des utilisateurs souvent bien informés et particulièrement engagés dans la promotion d'un ou plusieurs usage(s) alternatif(s). Il faut bien sûr garder à l'esprit que les profils d'ambassadeur sont multiples, et à des degrés d'engagement variables. Mais un ambassadeur joue, d'une manière ou d'une autre, un rôle positif dans la promotion d'une pratique de mobilité alternative. Comme nous l'évoquions précédemment, l'une des orientations du PDU actuel vise à « *faire émerger un réseau « d'ambassadeurs de la mobilité » dans les communes, les centres d'action sociale, les associations, les entreprises, les lieux culturels [...]* ». ⁶⁴

➤ Le mouvement des Ambassadeurs Citiz

Pour restituer le travail mené au cours de mon stage, nous allons maintenant aborder le « mouvement des Ambassadeurs Citiz ». Cela nous permet d'illustrer ce qui a été précédemment avancé, de plus ce projet constitue mon cœur de stage.

Initié par ma tutrice Stéphanie Pesenti, ce projet est plutôt récent et il est actuellement en pleine phase de développement au sein de Citiz Alpes-Loire. Par ailleurs, j'y ai été particulièrement associé lors de mes cinq derniers mois de stage. Nous pouvons souhaiter que s'il trouve de l'écho au sein de la coopérative, le mouvement des Ambassadeurs Citiz révèle tout son potentiel.

Le projet des ambassadeurs a pour objectif de donner l'opportunité à des utilisateurs du service Citiz de participer à la promotion de l'autopartage. Avant même son lancement, de nombreux utilisateurs tenaient une posture similaire à ce qui est présenté dans le mouvement des ambassadeurs. Cela permet de confirmer que ce cadre a du sens et qu'il correspond à une pratique. En effet, de par son statut de coopérative, les sociétaires utilisateurs sont souvent investis par la cause de l'autopartage et souhaitent participer au développement de la coopérative. Certains utilisateurs non-sociétaires sont également militants de l'autopartage et participent activement à sa promotion.

63 Enquête Nationale sur l'Autopartage, 2017, ADEME

64 PDU2030, 2018, SMTC

Pour Citiz Alpes-Loire il ne s'agit pas de réinventer quelque chose de déjà réalisé par les usagers du service mais de donner un cadre à ces initiatives. L'intérêt est de conforter ces pratiques d'ambassadeurs, d'en informer les usagers potentiellement intéressés, de favoriser les liens entre ambassadeurs et enfin de fournir un soutien à ces usagers particulièrement motivés.

Le mouvement des ambassadeurs ambitionne d'ouvrir un champ des possibles pour permettre à tous les usagers, dans leur diversité, d'investir leur énergie et leur compétence au profit de l'autopartage. Les actions proposées sont ainsi diverses, afin de convenir à toutes les aspirations, et sans engagement d'aucune sorte puisqu'il s'agit d'une participation volontaire et bénévole. Pour respecter une diversité d'envies et un degré variable d'engagement, Citiz Alpes-Loire propose des actions allant de l'information à ses proches jusqu'à la tenue de stands d'information.⁶⁵

Comme cela a été précédemment évoqué, les coopératives et structures de l'ESS sont particulièrement fertiles lorsqu'il s'agit de valoriser l'implication des usagers. Leur modèle de gouvernance et le profil militant des individus favorisent considérablement les initiatives comme celle des ambassadeurs.⁶⁶ Pour Citiz Alpes-Loire, un cadre comme celui des ambassadeurs permet également de donner un sentiment d'utilité et de reconnaissance aux usagers pour leur engagement.

Au delà de l'intérêt pour les usagers et pour la structure, un projet d'ambassadeurs présente aussi, et surtout, un réel intérêt pour le développement de l'autopartage (et des mobilités alternatives en général). En effet les ambassadeurs représentent une force de frappe en matière de communication et d'animation. Les ambassadeurs sont des usagers convaincus qui peuvent, à leur tour, aisément convaincre des personnes potentiellement intéressées. Leur parole constitue un témoignage d'utilisateur, la satisfaction du service et un élément rassurant pour quiconque serait frileux à l'idée de laisser sa voiture personnelle pour un usage partagé ou tout autre mobilité alternative. Ce discours est très complémentaire de celui des salariés (techniciens du service ou commerciaux) qui connaissent parfaitement leur offre mais dont l'objectivité peut être remise en cause. Par ailleurs, un ambassadeur peut également mobiliser des arguments et des éléments de langage différents, ce qui renforce la portée de son discours.

Au delà de ce rôle de vecteur d'informations, les ambassadeurs se révèlent également des relais précieux du territoire et du service. En effet, ils sont particulièrement vigilants pour faire remonter des retours d'utilisateurs et pour diffuser des conseils d'usage aux autres adhérents du service. Ils sont également au plus près du terrain pour identifier des secteurs

65 Liste complète disponible en [annexe 1](#)

66 Assises de la mobilité, 2017, Groupe de travail modèles économiques innovants

potentiels au développement ou des structures partenaires. Par leurs actions, les ambassadeurs participent à faire vivre le service autour d'eux et à animer une communauté autour de l'autopartage.

Néanmoins, un projet comme celui des ambassadeurs demande un engagement considérable de la part de la structure à l'origine du projet. D'une part parce qu'il faut rester vigilant sur la qualité de l'information qui est diffusée et veiller à la bonne tenue des actions menées au nom de « Citiz ». D'autre part parce que les personnes investies (bénévolement) dans le développement du service méritent une attention et un soutien dans leurs actions. Il faut donner aux ambassadeurs les moyens de mener à bien leur mission pour le développement de l'autopartage. Cela demande un effort de communication et une présence logistique.

Les pistes pour aller plus loin dans le projet sont nombreuses. Parmi elles, nous pouvons évoquer la diffusion de supports de formation et l'animation d'une « communauté » d'ambassadeurs. En effet, cela nous semble important de donner l'occasion aux usagers investis de se retrouver et de partager, ensemble, des temps conviviaux.

CONCLUSION

La voiture partagée présente un réel potentiel pour réduire la part de l'autosolisme. Les usages partagés de l'automobile sont de plus en plus considérés par les acteurs de la mobilité et leurs usages progressent. Par ailleurs, la notion de voiture partagée traduit toute une diversité de pratiques, cette multiplicité d'usages peut permettre de répondre à diverses situations.

Le potentiel de l'automobilité partagée réside d'une part dans le fait qu'il s'agit d'un nouvel usage du mode de déplacement dominant des français. Il réside également dans le fait que le potentiel de mutualisation est réel et qu'il présente de nombreux intérêts.

Néanmoins pour qu'elle soit efficace, l'offre de voiture partagée doit s'intégrer au bouquet des offres de mobilité. Il s'agit de favoriser l'articulation entre la multiplicité d'offres de déplacement et cela nécessite également la coopération entre les acteurs de la mobilité. Il semble que le potentiel de partage puisse également se faire entre les usages particuliers et ceux professionnels.

Le monde professionnel présente des enjeux spécifiques pour lesquels la voiture partagée peut constituer une solution intéressante. Par ailleurs, les acteurs professionnels témoignent d'un rôle grandissant dans la diffusion des pratiques de mobilité alternative.

Les acteurs et les méthodes de l'innovation se démarquent dans l'émergence des nouvelles formes de mobilité. Néanmoins les acteurs traditionnels continuent de jouer un rôle essentiel et sont garants d'un cadre favorable. Ainsi il semble pertinent d'associer la diversité des acteurs concernés et de favoriser les processus de co-construction.

Enfin, pour que l'offre de mobilité soit une réussite, il nous semble primordial d'allier l'action par l'offre et par l'usage. Ainsi le bouquet d'offres alternatives doit être considéré comme un système de mobilité et non une somme d'offres distinctes. De plus le rôle des services à la mobilité est essentiel pour valoriser les offres proposées. Ensuite, nous ne devons pas négliger les usages et les besoins de mobilité. Le conseil en mobilité peut également tenir un rôle favorable dans l'appropriation des offres de mobilité par les usagers.

La voiture partagée est tout à fait concernée par cet enjeu. Le plus grand défi pour le développement des usages collaboratifs de l'automobile est de démocratiser ces pratiques. Pour cela, les acteurs de la mobilité doivent garantir un cadre favorable à ces usages. La voiture partagée doit également réussir à démontrer son intérêt et sa praticabilité pour convertir de nouveaux usagers. Enfin, ces pratiques sont encore marginales et il est essentiel de continuer à les promouvoir. Il semblerait que la communication informelle ait un rôle à jouer dans cet objectif. Les initiatives telles que les ambassadeurs sont un bon exemple de ce qui peut être développé à l'initiative des usagers et des acteurs de la mobilité.

Les usages partagés de l'automobile présentent la plus forte marge de développement au sein des mobilités alternatives. Le covoiturage connaît un essor dans des territoires très divers alors que l'autopartage semble particulièrement approprié aux grandes agglomérations et au cadre professionnel.

Ainsi un objectif est de mutualiser les usages afin d'augmenter le taux d'occupation des véhicules. Cela permettrait de diminuer entre autres la congestion de circulation et les émissions de polluants. Un second objectif est l'optimisation du parc automobile. Il s'agit de réduire le nombre de véhicules et leur place dans l'espace public mais également de promouvoir des véhicules plus récents et plus « propres ». Enfin, il semblerait que l'automobilité partagée soit une solution crédible au besoin de mobilité en espaces peu denses. Dans ces territoires, les autres solutions alternatives sont limitées et la propriété de l'automobile est souvent incontournable. Ces deux informations laissent entrevoir le potentiel de la voiture partagée.

« Une révolution s'annonce. Après le règne incontesté de la voiture individuelle va s'ouvrir un nouvel âge, celui des transports partagés. »⁶⁷

67 Les nouvelles mobilités en entreprises, 2017, Vivavoice

FICHES OPÉRATIONNELLES

Les missions confiées lors du stage

➤ Animation de la vie coopérative

Cette mission consiste à faire vivre le sociétariat au sein de la coopérative. Le premier temps fort lors de ce stage fut l'assemblée générale organisée en juin 2018 à Grenoble. Cet évènement a demandé, en amont, un effort de logistique et une préparation des ateliers participatifs proposés aux sociétaires de Citiz Alpes-Loire. Cette année, la particularité a été de proposer un atelier en partenariat avec Enercoop entièrement consacré à la vie coopérative et au projet des ambassadeurs. Pour être présent au plus près de ses adhérents, nous avons également tenu trois rencontres de préparation à l'assemblée générale dans les villes d'Annecy, de Chambéry et de Saint-Étienne. Ces réunions « pré-AG » ont également été l'occasion d'aborder le projet des ambassadeurs Citiz.

En effet, le mouvement des ambassadeurs est le projet phare de cette mission d'animation de la vie coopérative. Le projet était déjà lancé à mon arrivée mais il n'en était qu'à ses prémices. Il a été nécessaire d'élaborer un cadre solide aux ambassadeurs, en proposant un processus de suivi des individus et un ensemble de documents nécessaires à la communication et à l'affirmation du rôle d'ambassadeur.

Ces outils nous ont permis de lancer (ou de pérenniser)⁶⁸ le mouvement des ambassadeurs dans la majorité des départements couverts par le service. A l'occasion de l'assemblée générale nous avons lancé le mouvement des ambassadeurs sur Grenoble. Ensuite, l'objectif a été de mieux connaître nos ambassadeurs, de les informer et de les mobiliser autour d'évènements où Citiz peut communiquer sur son service d'autopartage. Par exemple, deux de nos ambassadeurs sur Saint-Étienne ont accepté de venir apporter leur témoignage sur notre stand de présentation tenu lors de l'étape du Tour Alternatiba.

Les perspectives d'avenir sont nombreuses. L'objectif numéro un est de conforter cette tendance pour ne pas laisser le mouvement s'essouffler. Il s'agit de maintenir une relation de proximité avec nos ambassadeurs. Un autre objectif serait d'arriver à promouvoir une dynamique collective au sein du mouvement. L'intérêt étant que nos ambassadeurs puissent partager leurs expériences entre eux, se soutenir mutuellement et bien sûr vivre

68 Le mouvement avait déjà été démarré autour d'Annecy et de Saint-Étienne.

des instants conviviaux. Enfin, nous aimerions également étoffer le panel d'outils que nous mettons à disposition des ambassadeurs. Nous projetons par exemple de réaliser des supports de formation puisque cela fait écho à une demande récurrente de leur part pour se sentir plus « armés » et mieux informés. Ces outils devraient aller dans le sens d'une progression constante dans l'autonomie du dispositif.

Un projet comme celui des ambassadeurs présente une valeur substantielle pour le service. Cette démarche valorise la force de témoignage de nos usagers et encourage le développement de l'autopartage par le bouche-à-oreilles. Par ailleurs, cela produit des externalités positives pour la structure, en participant par exemple à valoriser l'image de marque du service, en renfonçant le relationnel et en mobilisant l'« intelligence client » des usagers, qui sont les experts du quotidien de l'autopartage.

➤ Animation des partenariats avec les acteurs locaux et de l'ESS

Dans un premier temps cette mission a consacré exclusivement notre partenariat avec Enercoop Rhône-Alpes. Ce partenariat relève d'une importance certaine puisqu'il présente un potentiel pour notre structure mais également parce qu'il s'agit d'un partenariat avancé. En effet, au-delà du partenariat commercial, nos deux structures ont fait le choix d'accorder une place essentielle au projet coopératif. Comme nous l'avons dit, en 2018 chaque structure a accueilli son partenaire dans le cadre de son AG, mais en 2019 nous projetons d'aller plus loin en organisant une assemblée générale commune.

Ainsi ce partenariat a demandé un effort d'animation pour conduire la coopération entre Citiz et Enercoop. En terme de communication, nous avons établi ensemble des axes de communication basés sur nos valeurs communes et le témoignage d'un sociétaire commun. Nous avons également co-construit les ateliers participatifs dédiés à la vie coopérative lors de nos assemblées générales. Actuellement nous faisons perdurer ce partenariat en étant présents, côte-à-côte, lors d'évènements faisant la promotion d'un modèle alternatif. En effet, Citiz et Enercoop animeront conjointement des stands d'information lors des étapes du Tour Alternatiba en août et également lors du mois de l'ESS en novembre. A plus long terme, l'objectif est de maintenir la dynamique partenariale avec Enercoop et l'AG commune de 2019 sera un chantier d'envergure.

Néanmoins, les partenariats ne se cantonnent pas à cet unique acteur. Il y a de nombreuses initiatives locales et d'acteurs de l'ESS qui présentent un intérêt pour le développement de l'autopartage et la promotion d'un modèle alternatif en général. Citiz Alpes-Loire est tout à fait intéressé pour être associé à des initiatives comme celle portée par

La Pousada⁶⁹ qui anime un projet de « barter », c'est-à-dire un outil qui permet de faire des échanges inter-entreprises sans transaction monétaire.

Participer à ces initiatives permet de donner de la visibilité au service tout en bénéficiant d'une dynamique de réseau. Ces résultats qui ne sont pas forcément tangibles, révèlent néanmoins un intérêt primordial pour le développement d'un service qui gagne à être connu dans le microcosme des usages alternatifs.

➤ La communication

La communication est intimement liée aux deux précédentes missions. Elle est nécessaire pour informer les sociétaires et les ambassadeurs (ainsi que tous les usagers du service). Elle se doit d'être claire et attractive, une communication efficace permet de valoriser l'information et donne de l'écho aux services, aux événements et aux actualités diverses en lien avec l'autopartage.

Dans le cadre des partenariats et du développement du service, la communication offre un cadre et un soutien à l'offre commerciale. Cela permet de valoriser le service et surtout de le faire connaître. L'un des enjeux pour la progression de l'autopartage est d'arriver à le démocratiser puisqu'il peu connu du grand public.

Enfin, la communication passe par plusieurs canaux. Elle est accessible via les outils numériques, tels que le site internet et les newsletters (régulières ou non) et elle est également relayée par les acteurs de l'information : journalistes, services communication, etc. Enfin la communication s'exerce « sur le terrain », au travers des stands et des diverses actions d'information, ainsi que par la présence de salariés et d'usagers de Citiz.

69 La Pousada se définit comme un pôle entrepreneurial et de coopération, afin de développer la synergie entre les structures et le développement local.

La gestion de projet

Nous avons consacré une partie de ce mémoire aux expérimentations, celles-ci impliquent bien souvent une organisation du travail en « mode projet ». La gestion de projet se traduit par un management spécifique vis-à-vis du management appliqué de manière habituel au sein d'un service. Un projet, lorsqu'il arrive à son terme, signifie la fin du management de projet pour un retour à un fonctionnement de service.

Le fonctionnement en projet s'applique le temps de l'expérimentation et au lancement de nouveaux services. Il s'inscrit dans une temporalité restreinte et demande de modifier la gestion au sein d'une équipe. Ainsi nous pouvons identifier une gestion horizontale, où toutes les personnes ressources peuvent être mobilisées en dehors de leurs missions habituelles. Le projet nécessite une mutualisation des efforts, qui à court terme, est nécessaire. Dans cette perspective, le rôle du pilotage est essentiel, au sein du projet un pilote est identifié et il est le garant (et le responsable) de l'articulation des personnes ressources dans le sens du projet.

Les expérimentations comme Cité Lib By Ha:mo, ou le nouveau service Yea! lancé en juin, sont des temps forts pour la coopérative. Lors de ces lancements, la gestion de projet devient essentielle pour intégrer le projet au fonctionnement usuel du service. Il s'agit d'être en capacité de mobiliser à ce propos, tout en garantissant en parallèle le bon fonctionnement des services de l'organisme.

Par essence, la gestion de projet n'est pas censée perdurer. Elle est bâtie pour répondre à un objectif clairement défini et borné dans le temps. Une fois le temps du projet arrivé à son terme, il est temps de basculer dans un fonctionnement plus proche des services. Le projet est soit abandonné, soit reconduit, soit il devient un service à part entière.

L'animation au sein du réseau des acteurs de l'ESS

Citiz Alpes-Loire se définit comme faisant partie intégrante de l'économie sociale et solidaire. Effectivement l'autopartage est une pratique de mobilité collaborative, qui entend répondre à des enjeux sociétaux. Par ailleurs, son statut de société coopérative d'intérêt collectif traduit dans son fonctionnement une volonté de gouvernance partagée et dans sa finalité l'intérêt sociétal. Nous pouvons également parler d'activité marchande sans but lucratif.

Le secteur de l'ESS semble riche dans sa volonté de fonctionner en réseau. Cela permet de se renforcer mutuellement, d'aller plus loin en collectif. Néanmoins cette idée demande de mobiliser des efforts de gouvernance ainsi que des techniques d'animation.

Mon expérience de stage m'a permis d'accroître ma connaissance des rouages de l'animation et ma maîtrise du rôle d'animateur. Ce que je retiens en premier lieu de ce rôle c'est son action de « facilitateur d'échanges ». Lors d'un temps collectif il est essentiel de savoir au préalable ce que l'on cherche à obtenir, cela précise le protocole à appliquer. Mais le piège de l'animation consiste parfois à projeter en amont ce qu'on pense obtenir, alors que le produit d'un temps collectif doit être l'aboutissement de la participation de chacune des parties prenantes. Il faut retenir que « *l'intelligence collective se produit lorsque l'on partage le pouvoir, en partageant l'espace, le temps et la parole* ». ⁷⁰ Dans ce sens, il existe une multitude de techniques d'animation parmi lesquelles : le « brise-glace » et le « world-café ».

Les partenariats concrétisent la volonté de coopération et de renforcement mutuel entre plusieurs structures. Ainsi, l'une de mes missions fut d'animer le partenariat entre Citiz Alpes-Loire et Enerccop Rhône-Alpes. ⁷¹ L'un des objectifs de ce partenariat fut de partager leur expérience réciproque de la vie coopérative. Ainsi, chacune des deux structures a participé à l'assemblée générale (AG) de son partenaire. En effet, des stands de présentation étaient présents mais il a également été question de construire ensemble certains ateliers participatifs. Au delà de cet apport réciproque à propos du statut de coopérative, le partenariat donne l'opportunité de mener une communication commune et de proposer des

70 Coopérer par le jeu, 2016, LesSCIC

71 Fournisseur coopératif d'énergie 100 % renouvelable

offres commerciales privilégiées. Tout ceci repose sur des valeurs communes et une certaine proximité entre les deux coopératives.

Le partenariat se construit sur le temps long, cela nécessite de faire vivre la dynamique. Certains temps forts comme le mois de l'ESS⁷² ou le Tour Alternatiba⁷³ sont des occasions de valoriser ce développement coopératif. Ce sont des vitrines pour les usages alternatifs, et le développement de l'autopartage a beaucoup à profiter s'il est mis en avant auprès d'individus sensibilisés aux enjeux sociétaux et aux pratiques alternatives ou collaboratives.

72 Évènement national, le mois de novembre étant dédié à l'ESS

73 Tour de France à vélo organisé par le collectif Alternatiba et portant sur l'enjeu climatique

La vie coopérative

Nous avons plusieurs fois évoqué le statut de société coopérative d'intérêt collectif de Citiz Alpes-Loire. Ce choix traduit la volonté d'une gestion multi-partenariale, une ouverture aux financements publics et une orientation du service vers l'intérêt général. En effet, dans une SCIC les sociétaires sont des salariés, des usagers (et des « fondateurs ») mais également des entreprises de la mobilité et des acteurs publics (collectivités et AOT). Ce multi-sociétariat a pour finalité la promotion de l'intérêt collectif et une meilleure intégration du service avec les politiques de déplacement.

Les différents sociétaires sont réunis en « collège » et le fonctionnement s'appuie sur le principe coopératif : un sociétaire dispose d'une voix (et ce quelque soit le nombre de part sociale dont il dispose). Ce principe veut ainsi garantir un fonctionnement démocratique lors des assemblées générales, le temps fort annuel de la coopérative. Cette diversité des sociétaires, appelée le multi-sociétariat, a pour objectif de faire converger chacune des catégories vers un intérêt collectif.⁷⁴ Cela demande une gestion partenariale et un projet commun.

L'engagement des sociétaires au projet coopératif est au cœur de la coopérative.⁷⁵ Les sociétaires usagers sont un public militant qui s'investit dans la cause de l'autopartage. Par ailleurs, beaucoup de nos ambassadeurs sont également des sociétaires. En effet, si le premier investissement des sociétaires est financier, via la souscription à une part sociale, les sociétaires s'investissent également en consacrant du temps et de l'énergie au développement de la coopérative et à la promotion de l'autopartage.

L'animation de la vie coopérative consiste à faire vivre cette implication des sociétaires. Cela se traduit par une information privilégiée, l'organisation de temps participatifs et bien sûr la tenue de l'assemblée générale.

74 Issu d'un compte-rendu de formation organisée par l'URSCOP à propos du multi-sociétariat

75 Voir document de présentation du sociétariat au sein de Citiz en [annexe 2](#)

Le modèle de l'entreprise libérée

L'« entreprise libérée » est une notion de management. La philosophie de l'entreprise libérée repose sur les notions d'autonomie et de créativité. En effet, cette approche considère que les employés sont les mieux placés pour identifier les facteurs d'amélioration au sein de l'entreprise. Ils ont l'expertise de leur poste et sont capables de mobiliser leurs ressources pour faire preuve d'initiative et de créativité.⁷⁶

Le modèle de l'entreprise libérée tend à trouver un équilibre entre bien-être et productivité. Il réaffirme le rôle du collectif et valorise une organisation plus agile dans le travail. Cela demande d'appliquer des efforts de communication en interne, la communication est l'une des conditions de réussite du modèle. Cela passe également par des méthodes et des outils de management humains et innovants. A ce titre nous pouvons évoquer la communication non-violente (CNV)⁷⁷ qui peut permettre d'améliorer la coopération et le relationnel au sein d'une équipe.

Ainsi l'autonomie et la communication sont au cœur du concept d'entreprise libérée. Mais le basculement d'un modèle de management à un autre ne peut être immédiat. Cela nécessite un changement progressif à l'initiative de l'ensemble de l'équipe. Ce processus continu permettra d'identifier les faiblesses et de proposer des solutions, afin d'avancer vers un fonctionnement plus vertueux.⁷⁸ C'est l'objectif que s'est fixé Citiz Alpes-Loire.

76 Reiss, 2017

77 La CNV est une méthode de communication qui place au centre de ses valeurs l'empathie et le respect de soi et des autres, ceci dans le but de favoriser le bien-être et la coopération

78 Reiss, 2017

Mon projet professionnel

Ce stage m'a donné l'opportunité d'explorer un aspect spécifique des mobilités alternatives : la voiture partagée. Cela me convient tout à fait puisque dans mon cursus j'ai déjà eu l'occasion d'aborder les mobilités douces ainsi que les transports collectifs. Les usages partagés de l'automobile sont pour moi particulièrement intéressants puisqu'ils correspondent à un besoin réel et qu'ils sont ancrés dans notre société. Par ailleurs ils font appel à ce qu'on peut nommer la « mobilité collaborative » et témoignent de l'essor des nouveaux usages de mobilité. Ce sont ces dimensions qui captent mon intérêt.

Par ailleurs, les documents de mobilité, ainsi que de nombreuses initiatives, révèlent l'intérêt grandissant pour ces nouvelles pratiques. Cela confirme également le potentiel identifié et témoigne du sérieux accordé aux usages partagés de l'automobile. Par ailleurs il s'agit d'une approche par le besoin, où il faut porter l'action sur les usages et non sur une nouvelle offre de mobilité. Ceci rejoint également mon intérêt pour le management de la mobilité, il me semble particulièrement pertinent de faire un travail d'accompagnement pour favoriser l'essor des nouvelles mobilités, bien souvent confinées à certains territoires et à certains profils d'utilisateurs.

Au delà de l'intérêt thématique, l'apport du stage réside dans les compétences qu'il m'a permis de mobiliser. En effet, la compétence d'animation s'est révélée au cœur de ma mission. Celle-ci est essentielle lorsqu'il s'agit de participer à des actions d'articulation et de coordination entre acteurs. Cela demande de mobiliser des techniques d'animation et d'adopter une posture propice à la collaboration.

Mon immersion au sein du réseau de l'économie sociale et solidaire m'a mis plus d'une fois en situation d'échanges avec des personnes et des structures familiarisés avec les enjeux de l'animation et de la collaboration. Ces rencontres m'ont donné l'opportunité d'apprendre à leur contact.

Mon stage de master 1 m'avait permis d'effectuer une première immersion au sein du milieu associatif. Ce stage a été l'occasion de découvrir les coopératives et le secteur de l'ESS. Par ailleurs, mes compétences d'animation et de gestion de projet me semblent particulièrement utiles lorsqu'il s'agit d'intervenir ou de travailler collectivement avec ces acteurs.

En ce qui concerne les perspectives d'avenir, je souhaite que ma prochaine expérience professionnelle s'inscrive dans le sens de ce projet. J'imagine mettre à profit mes compétences et mes connaissances afin de promouvoir les mobilités alternatives. Je souhaite que cette action se passe au plus près des usagers, en effet je considère que ceux-ci disposent d'un savoir et d'une expérience qu'il est essentiel de mobiliser dans le sens des nouvelles pratiques.

Pour le moment je me sens particulièrement à l'aise dans les structures de l'ESS qui véhiculent des valeurs qui me sont chères. Par ailleurs, ce secteur est fertile en innovations et en gouvernance nouvelle. Les modèles d'organisation telles que les coopératives me semblent particulièrement intéressants.

Enfin, avec la nouvelle législation en vigueur depuis 2018, le secteur professionnel devrait constituer un champ d'application incontournable. Puisque la loi de transition énergétique pour la croissance verte (LTECV) instaure l'obligation de disposer d'un PDM pour les entreprises de plus de 100 salariés sur un même site. Le secteur professionnel est générateur de nombreux déplacements et la voiture partagée y présente un potentiel certain.

Exercer au sein des pôles urbains me semblent le meilleur moyen de continuer à m'enrichir des alternatives nouvelles et du foisonnement d'acteurs de la mobilité. Néanmoins, à plus long terme je pense porter mon attention sur des espaces moins denses où les initiatives sont peu fréquentes et les défis à relever nombreux.

BIBLIOGRAPHIE

➤ Ouvrages et articles universitaires

- Buhler (T.), 2012, « *Éléments pour la prise en compte de l'habitude dans les pratiques de déplacements urbains : Le cas des résistances aux injonctions au changement au mode de déplacement sur l'agglomération lyonnaise.* », INSA de Lyon, Architecture – aménagement de l'espace, 346p
- De Coninck (F.), 2015, « *L'invention des routines* », Espace populations sociétés [En ligne], mis en ligne le 01 juillet 2015, consulté le 23 juin 2018
- Debizet (G.), 2004, « *Déplacements urbains de personnes : de la planification des transports à la gestion durable de la mobilité. Mutations d'une expertise.* », Université de Paris I Panthéon-Sorbonne, Géographie – Aménagement, 426p
- Féré (C.), 2011, « *Concilier accès à la mobilité pour tous et mobilité durable. La prise en compte des inégalités d'accès à la mobilité dans les politiques urbaines de l'agglomération lyonnaise.* », Université Lyon II, Géographie, 446p
- Zoubir (A.), 2013, « *Management de la Mobilité et pistes pour la pérennisation de la mobilité durable. Quelles voies possibles de régulation ?* », Université Lumière – Lyon II, Géographie, 325p

➤ Rapports

- ADEME, 2017, *Développement du covoiturage régulier de courte et moyenne distance – synthèse*, Clés pour agir, 12p
- ADEME, 2017, *Enquête Nationale sur l'Autopartage – édition 2016*, Réalisée par le bureau 6-t, Rapport Final, 13p
- ADEME, 2017, *Observatoire des mobilités émergentes – deuxième édition*, Réalisée par L'ObSoCo, Synthèse de l'étude, 23p
- ADEME, 2018, *Réussir le passage à l'écomobilité*, 2018, 48p
- Assises de la mobilité, 2017, *Groupe de travail modèles économiques innovants*, Synthèse des ateliers de l'innovation, Ministère de la Transition écologique et solidaire, 41p

- AURG, 2016, *Chiffres-clés des déplacements – volume 3 situation 2014*, Observatoire des déplacements de la région grenobloise ; 80p
- Cerema, 2017, *Qualité de l'air : que dit la loi de transition énergétique ?*, Collection Références, 16p
- Citiz Alpes-Loire, 2017, *Projet de développement 2017-2020*, par Martin Lesage, 9p
- CGSCOP, 2016, *Recueil animations participatives*, 32p
- EY - Ernst & Young et Associés, 2017, *Audit de la SCIC Alpes-Autopartage*, pour Grenoble Alpes Métropole, 42p
- FNE, 2017, *Mobilités collaboratives et partagées*, 32p
- Grenoble-Alpes-Métropole, 2018, *Zone basses émissions marchandises*, dossier de presse 1^{er} mars 2018, 15p
- Grenoble-Alpes-Métropole, 2018, *Le parking Cambridge : un espace mutualisé, innovant et écologique pour les mobilités*, Dossier de presse – vendredi 1^{er} juin 2018, 8p
- Grenoble-Alpes-Métropole, 2018, *Verdissement des flottes et développement de l'autopartage sur le territoire métropolitain grenoblois*, étude réalisée par Citiz Alpes-Loire, 28p
- LesSCIC, 2016, *Coopérer par le jeu*, recueil d'animation participatives, 32p
- INDDIGO, 2017, *Évaluation à vocation opérationnelle des services de free-floating*, pour Réseau Citiz
- PIPAME, 2016, *Usages novateurs de la voiture et nouvelles mobilités*, Édition : Martine Automme, Nicole Merle-Lamoot, 270p
- Reiss (L.), 2017, « *Devenir une entreprise libérée* », Université Grenoble Alpes, IUT2, 39p
- SiaPartners, 2015, *Analyse des données d'état des lieux, des enjeux, des compétences et des politiques de la Région Rhône-Alpes sur la mobilité décarbonée*, Région Rhône-Alpes, 49p4
- SMTc, 2010, *Enquête ménages-déplacements sur la grande région grenobloise*, support de conférence de presse, 50p
- SMTc, 2018, *Plan de Déplacements Urbains 2030 de l'agglomération grenobloise*

➤ Autres sources

- *Décret n° 2012-280 du 28 février 2012 relatif au label « autopartage »*, 2012, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025414236> (consulté le 29/05/18)
- *État de l'autopartage à travers le monde*, C.Morency basé sur les travaux de S.Shaheen, École Polytechnique de Montréal
- *Les nouvelles mobilités en entreprises*, 2017, Étude d'opinion réalisée par Vivavoice pour l'Observatoire du Véhicule d'Entreprise, 34p, https://www.institut-viavoice.com/wp-content/uploads/2017/11/Rapport_Les_nouvelles_mobilites_en_entreprise_Viavoice_pour_OVE_novembre_2017.pdf (consulté le 08/08/18)
- *Plan de Mobilité / MPro*, SMTC, <http://www.smtc-grenoble.org/plansdemobilite-mpro>, (consulté le 12/06/18)
- *Statuts de la coopérative Alpes AutoPartage*, 19p, <https://alpes-loire.citiz.coop/media/1804/reference/statuts-scic-alpes-autopartage-10-05-2016.pdf> (consulté le 26/06/18)

TABLE DES SIGLES

ADEME : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

AG : Assemblée générale

AOM : Autorité organisatrice de la mobilité

CERTU : centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques

CDU : Centre de distribution urbaine

CNV : Communication non-violente

GES : Gaz à effet de serre

FNE : France nature environnement

LAHGGLO : Les associations d'habitants du grand Grenoble : lien et ouverture

MM : Management de la mobilité

PDM : Plan de mobilité

PDU : Plan de déplacements urbains

SCIC : Société coopérative d'intérêt collectif

SMTC : Syndicat mixte des transports en commun

TIC : Technologies de l'information et de la communication

VTC : Voiture de transport avec chauffeur

ANNEXES

➤ Annexe 1 : Fiche actions des ambassadeurs

Merci de COCHER les actions des « Ambassadeurs Citiz » qui vous correspondent ! **Nom :** **Prénom :**

X	ACTIONS	DETAILS
	Parler de Citiz autour de moi : à ma famille, mes amis mais aussi aux personnes susceptibles d'être intéressées par l'autopartage.	Vous aurez à votre disposition divers supports explicatifs des offres Citiz (FAQ*, Tuto vidéos)
	Être actif sur les réseaux sociaux : aimer, commenter et partager, cela renforce visibilité de l'autopartage avec Citiz.	Le réseau Citiz est présent sur Facebook, Twitter et Instagram, l'occasion pour quoi pas de réaliser de jolies photos de nos Citiz !
	Déposer des flyers dans les lieux que je fréquente.	Vous disposerez d'un lot de flyers, puis nous vous en fournirons si besoin.
	Participer aux actions de présentation Citiz : lors de stands ou d'inaugurations par exemple.	Ce sera l'occasion d'apporter votre témoignage d'utilisateur.
	Réserver (gratuitement) une Citiz pour faire une démonstration en situation réelle.	Vous avez la possibilité de faire une réservation gratuite d'1h, sans déplacement, pour montrer le système d'ouverture ou le boîtier par exemple
	Tester en avant-première de nouvelles fonctionnalités en phase de test	Vos retours nous permettrons de perfectionner ces nouvelles fonctionnalités.
	Nous faire parvenir des retours d'expérience et des remarques sur le service Citiz.	Toutes vos critiques bienveillantes pour l'amélioration du service sont les bienvenues !
	Participer à la gestion des véhicules Citiz, en tenant un rôle de « veille ».	Si vous l'acceptez, nous pourrions vous solliciter ponctuellement pour une intervention mineure sur une Citiz. Il peut s'agir par exemple de ramener une voiture « égarée » à sa station.
	Promouvoir le service Citiz sur son lieu de travail : auprès de vos collègues ou de la personne référente aux déplacements	Vous pouvez également laisser des flyers à la pause-café ou effectuer une démonstration.
	Parrainer vos proches et bénéficier d'un crédit consommation !	Lors d'un parrainage, le filleul se voit offrir les frais de dossier et le parrain profite de 50€ de crédit consommation.

➔ **une idée, une envie ? N'hésitez pas à nous proposer « votre action » !**

➤ Annexe 2 : Document de présentation du sociétariat

Devenir sociétaire de la coopérative Alpes-Autopartage

citiz
ALPES-LOIRE

En devenant sociétaire, vous adhérez au projet de Citiz Alpes-Loire et vous avez la possibilité de vous impliquer dans le fonctionnement de la structure et de participer à sa dynamique. Ainsi vous avez l'opportunité de participer à l'assemblée générale annuelle, aux travaux des commissions et ateliers ou encore de candidater au conseil d'administration.

De plus, le fait d'être coopérateur vous donne droit à des avantages sur les tarifs : les frais d'inscription sont offerts et vous bénéficiez d'une réduction de 50% sur votre abonnement. Par ailleurs, lors des réservations longues durées vous bénéficiez de plus de liberté puisqu'il ne vous sera pas demandé d'acompte.

➔ Comment faire ?

- Il vous suffit de souscrire à une ou plusieurs parts sociales. Pour cela envoyez-nous le bulletin de souscription rempli, accompagné du règlement, à Citiz Alpes-Loire :
38 cours Berriat 38 000 Grenoble.
- Le montant de la part sociale s'élève à 750€, avec possibilité de payer en plusieurs fois.
- Vous deviendrez sociétaires dès la prochaine assemblée générale, au cours de laquelle votre entrée au capital sera votée par l'ensemble des coopérateurs.

Tout sociétaire de la coopérative peut demander à récupérer sa part sociale après un délai de 5 ans suivant sa souscription. La coopérative s'engage à lui restituer sa part sociale au montant de la valeur telle qu'elle a été définie lors de la dernière assemblée générale précédant la demande.

Ce statut vous donne également l'opportunité de prendre part à la dynamique de notre coopérative et de participer, à votre guise, à des rencontres ou à notre mouvement des « Ambassadeurs Citiz ».

Citiz Alpes-Loire : une Société Coopérative d'Intérêt Collectif

Citiz Alpes-Loire est l'une des toutes premières initiatives d'autopartage en France, née au début des années 2000 à Grenoble sous le nom "Alpes Autopartage". Aujourd'hui, notre service est présent dans une quarantaine de communes en Haute-Savoie, Savoie, Isère, Drôme, Ardèche, Loire et Ain.

De plus, Citiz Alpes-Loire fait partie des membres fondateurs du [Réseau Citiz](#), réseau coopératif national créé en 2002 et regroupant les structures locales d'autopartage. Le réseau Citiz compte aujourd'hui 1 200 voitures que se partagent plus de 30 000 utilisateurs en France.

Citiz Alpes-Loire est une SCIC ou Société Coopérative d'Intérêt Collectif. Ces coopératives placent l'humain et le service d'intérêt collectif au cœur de leur projet d'entreprise. Notre fonctionnement est ancré dans les valeurs démocratiques, parmi lesquelles 1 sociétaire = 1 voix.

En juin 2018, Citiz Alpes-Loire rassemble :



Pourquoi l'autopartage ?

L'autopartage permet de disposer d'une voiture à tout moment et de payer uniquement les frais liés au temps effectif d'utilisation : on prend un véhicule en libre-service puis, une fois son trajet effectué, il est remis à disposition d'autres utilisateurs. L'autopartageur fait donc le choix de ne pas s'encombrer d'un véhicule et des coûts fixes que cela implique. L'autopartage permet ainsi de diminuer la place de la voiture dans l'espace public et encourage la multimodalité, entre les différents modes de déplacement alternatifs.

L'autopartage est une pratique économique, écologique et citoyenne qui bénéficie à tous et participe au changement sociétal.

En effet, Citiz :

- libère l'espace public : 1 Citiz remplace 9 voitures individuelles et libère jusqu'à 8 places de stationnement.
- réduit l'usage de la voiture : les utilisateurs choisissent le mode de déplacement en fonction de chaque trajet.
- réduit la pollution : les voitures Citiz sont récentes et peu polluantes (en moyenne moins de 120 g de CO₂ / km), électriques ou hybrides.
- permet à des propriétaires de voiture (particuliers, associations, entreprises, collectivités) qui utilisent peu leur voiture de la partager avec leurs concitoyens.

Votre usage, votre soutien et votre souscription sont des gestes forts en faveur du développement de l'autopartage, et plus largement, du changement sociétal. Vous pouvez en être fier !

