



HAL
open science

La médiation de la pratique du covoiturage courte distance pour le déploiement de son usage

Basile Guyot

► **To cite this version:**

Basile Guyot. La médiation de la pratique du covoiturage courte distance pour le déploiement de son usage. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-04160526

HAL Id: dumas-04160526

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04160526>

Submitted on 12 Jul 2023

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Université Européenne de Bretagne - Rennes 2 –

UFR ALC

MASTER 2 COMTER

Parcours : Information-Communication

La médiation de la pratique du covoiturage courte distance pour le déploiement de son usage

Basile Guyot

sous la direction de Jean-Baptiste Le Corf

Septembre 2022

Sommaire :

Introduction	6
A) Intérêt du sujet	9
B) La difficile définition du covoiturage urbain	10
a. Le covoiturage ponctuel ou occasionnel VS le covoiturage régulier	11
b. Le covoiturage planifié VS le covoiturage dynamique	11
c. Le covoiturage "à la carte" VS les lignes de covoiturage	13
C) Définition du cadre géographique : métropole et périurbanité, la cas de Rennes Métropole	15
D) Les freins et inconvénients au covoiturage	17
a. La méfiance envers un changement d'habitus modal	17
b. Les inconvénients au covoiturage	18
c. Les inconvénients particuliers du covoiturage courte distance	19
Problématisation	20
a. Les plateformes de covoiturage : hétérotopie de la communication ? Une thèse aujourd'hui désuète face à l'insuffisance de la pratique	20
b. L'approche théorique de la théorie de l'acteur réseau (L'ANT)	23
c. L'intérêt de l'utilisation de l'ANT	24
d. La médiation usager/outils/organisation du service	25
Problématique	27
Chapitre 1 : Les positionnements des acteurs de la mobilité, dans le cadre normatif de la loi LOM	28
I) Le développement normatif récent du covoiturage	28
A) Une reconnaissance normative face aux enjeux écologiques	30
B) L'avènement de la loi d'orientation des mobilités (LOM)	32
II) Repositionnements et stratégie des acteurs du covoiturage urbains français	35
A) Les stratégies des entreprises privées	36
B) Quelle place pour les transporteurs publics historiques ?	37
III) Hypothèses de recherche et méthodologie	38
IV) Résultats des entretiens	40
A) Positionnement et stratégie des acteurs	40
a. Le leadership par défaut des acteurs publics	40
b. Le repositionnement stratégique des acteurs du covoiturage courte distance	41
c. Le phénomène essentiel de territorialité	44
B) Un modèle économique de subvention à l'efficacité encore limitée	45
a. L'impulsion du Forfait Mobilité Durable	45
b. Le Registre de Preuve du Covoiturage	46
c. Les certificats d'économie d'énergie (CEE) : le dispositif LiCov	47

d. Les limites de la loi LOM : une ambition centrée sur la rémunération des conducteurs	48
C) La nécessité consciente et partagée d'une animation des services	49
a. L'animation : une solution consacrée par l'étude de l'ADEME	49
b. L'animation comme moteur au changement de comportement	50
c. Une notion polymorphe à préciser selon les environnements	51
D. Conclusion de l'étude	52
Chapitre 2 : La prise en compte des "points de passage" du covoiturage. Entre véhicule, téléphone portable et infrastructures routières	53
I) Favoriser l'automobile comme espace médiateur dédié à la socialisation	54
A) La vision traditionnelle des modes de transports collectif vus comme "non lieux"	54
B) L'automobile partagée, un espace semi-public créateur de lien social	55
II) Le téléphone, artefact informationnel, au service d'une communication transversale : usager-médiateur-organisation	59
A) Le téléphone mobile, artefact informationnel	59
B) Le médiateur : compilateur des comportement usagers, l'innovation de la pratique numérique	60
C) Les méthodes de médiation communicationnelle entre usagers	62
a. Les mises en relation téléphoniques	62
b. Les mises en relation numériques	63
D) La solution ultra connectée du covoiturage dynamique	64
III) La promotion du covoiturage urbain dans l'espace public	65
A) L'incitation au changement de comportement	66
B) Rendre le covoiturage visible dans l'espace public urbain	68
a. Les systèmes des lignes de covoiturations : l'exemple de Star't sur Rennes métropole	68
b. La promotion du covoiturage par voies réservées	69
c. Focus sur le Projet pilote sur l'autoroute Robert-Bourassa à Québec	69
d. Les parkings relais et les aires de covoiturations	71
Chapitre 3 : Les relations entre usagers, vers une médiation de la confiance	73
I) La représentation sociale du covoiturage courte distance	74
A) L'apport de la sociologie dispositionnelle incorporée	74
B) L'incidence de la représentation sociale du covoiturage courte distance dans l'appréhension de la pratique	76
C) Les risques perçus par les femmes	78
II) La médiation de la confiance entre les acteurs du covoiturage courte distance	79
A) Le sentiment de confiance	80
a. La confiance en soi	81
b. Le processus de construction de la confiance	82
B) La médiation de la confiance interpersonnelle : le rôle de modération du tiers médiateur	84
a. La construction de la confiance médiatisée par des antécédents	84
b. Les dispositifs d'indices informationnels	86

c. La particularité du covoiturage courte distance, la routinisation de la confiance	87
C) La médiation de la confiance entre le système et ses usagers	88
a. La confiance dans un système, la question de la transparence	88
b. La confiance dans un système : les logiques de communauté pour une implication des usagers	89
Conclusion :	91
Limites :	93
travail de comparaison entre les services de covoiturage urbains de Nantes et Rennes	93
Bibliographie	95
Rapports d'étude et de recherche	100
Sites internet	100

Introduction

“Au Bureau du Voyage¹, on tombe sur une offre mirobolante : conduire une Cadillac Limousine de 47 à Chicago. Son propriétaire est rentré du Mexique au volant avec toute sa famille, et puis il en a eu marre [...]. Tout ce qu’il demande, c’est qu’on ait des papiers d’identité et qu’on lui achemine la voiture [...]. La Cadillac n’est pas plus tôt arrivée que [Neal] démarre en trombe “chercher de l’essence” ; le type du Bureau du Voyage me regarde : “Il revient quand ? Les passagers sont prêts, ils attendent.” Il me fait voir deux jeunes Irlandais d’un collège de Jésuites, qui attendent sur la banquette, avec leurs valises [...]. Aussitôt [Neal] devient très professionnel, il toussote, il aide les pensionnaires des Jésuites à monter leurs valises. A peine sont-ils installés qu’il décolle plein pot, le formidable moteur vibrant de toute sa puissance d’aigle”².

Cette partie tirée du roman “Sur la route” de Jack Kerouac, écrit au lendemain de la seconde guerre mondiale et s’étirant jusqu’au début des années 50’ nous montre que la notion de covoiturage était présente dès le début des déplacements en voiture. Au-delà du récit de voyage et de la critique acerbe de la société américaine, Kerouac nous esquisse les formes de mobilité déjà inscrites, presque naturellement dans les pratiques de déplacement, et dont une forme d’organisation existait déjà, au vue de l’existence de lieu de rencontre entre des covoitureurs potentiels. Aujourd’hui les bureaux physiques, souvenirs d’une proto-organisation de la mise en communication de covoitureurs, ont laissé la place à des plateformes numériques, plus souples, permettant de potentielles mises en relation plus nombreuses. Ces plateformes sont opérées par des acteurs privés ou par les pouvoirs publiques, qui - si leurs objectifs et modèles économiques restent distincts la plupart du temps - se rejoignent tout de même autour des mêmes problématiques : comment faire en sorte que l’usage de la voiture par les automobilistes rejoigne le ou les cadres pratiques du covoiturage mis à leur disposition ?

¹ Selon cet ouvrage, le Bureau du Voyage, souvent accolé aux gares routières, était l’endroit où les voyageurs de l’époque (1940-1950) pouvaient déposer des annonces de trajets en voitures. Les personnes n’ayant pas de bus ou de train pouvaient essayer de trouver des solutions de dépannage là-bas. Ce bureau servait tout simplement de plateforme de connexion entre les conducteurs et les passagers.

² Kerouac, J. (1957), *Sur la route*, p.481-482, Editions Gallimard.

Les interrogations autour de l'avenir de l'utilisation du carburant n'ont jamais été aussi actuelles. Déjà plusieurs années en arrière, la crise sociale des gilets jaunes nous a montré l'importance des problématiques d'accès à l'énergie dans la société française, notamment la place que la voiture occupe à la fois sur les routes mais aussi dans la conception que nous nous faisons de la société. Encore plus actuellement, face à la montée des prix de l'énergie, le gouvernement s'active sur les plans d'aide et déblocage de fonds pour les foyers. Au-delà de souligner le caractère actuel des problématiques de déplacements, ces événements rappellent au débat cristallisé autour de la place de la voiture et de la vitalité commerciale des centres-villes. En parallèle du contexte économique, politique, environnemental et social, la distribution massive des TIC et le développement des technologies mobiles ont permis la mise en relation de milliers de personnes et favoriser la collaboration. Cela a contribué à l'émergence de nouveaux modes de consommation plus responsables, optimisant les ressources, soucieux de l'empreinte carbone de nos modes de vie. Le versant consommatoire de l'économie de la fonctionnalité, plus connu sous le nom de « consommation collaborative », s'inscrit plus généralement dans l'économie du partage et érige le covoiturage comme véritable modèle de réussite du partage d'usage entre pairs et comme réponse idéale aux problèmes de mobilité actuels³. La notion de consommation collaborative a été introduite en 2007 par Ray Algar et se base essentiellement sur la mise en relation d'utilisateurs de services grâce à la mise en place de marchés peer-to-peer interconnectant des inconnus. Ce mode de consommation collaborative repose sur des systèmes de réputation numérique pour maintenir la confiance entre tous ces nouveaux connectés, par exemple les mécanismes de notation des autres usagers d'une application. Le covoiturage est régulièrement cité comme l'une des solutions éco-mobiles les plus rapides à mettre en place, efficaces et conviviales.

Malgré le potentiel des différentes formes de covoiturage urbain (covoiturage planifié ; domicile-travail ; dynamique), en France, les pratiques restent encore très faibles et la part modale⁴ du covoiturage peine à croître au-delà des 4%⁵.

Il est indéniable que le covoiturage fait l'objet d'attentes fortes de la part des autorités publiques et d'une confiance accrue de la part du législateur. En effet, la Loi d'Orientation

³ Creno L. (2016), Covoiturer entre inconnus : des risques perçus à la construction de la confiance, panorama des expériences vécues des usagers, Thèse de doctorat en psychologie ergonomique, Télécom ParisTech

⁴ La « part modale » correspond à la proportion du trafic national effectuée par un mode de transport donné

⁵ Creno L. (2016), Covoiturer entre inconnus : des risques perçus à la construction de la confiance, panorama des expériences vécues des usagers, Thèse de doctorat en psychologie ergonomique, Télécom ParisTech

des Mobilités (LOM), adoptée en décembre 2019, lui accorde une place importante pour réduire la part des trajets domicile-travail réalisés par des conducteurs seuls à bord de leur véhicule. Face à ce constat déséquilibré, plusieurs questions sautent à l'esprit. Quel est le potentiel d'évolution du covoiturage ? Quels sont les freins et les limites à ce mode de transport ? Le covoiturage urbain est-il un mode de déplacement viable à grande échelle ?

Nous essaierons d'identifier à quels niveaux les freins au déploiement du covoiturage urbain se situent et quelles pistes peuvent être retenues pour son potentiel de déploiement maximum. Notre travail identifie trois niveaux de compréhension pour s'emparer du covoiturage. Le premier niveau est celui de la gouvernance des services de covoiturage et surtout du positionnement entre les acteurs publics, privés et les opérateurs de transports traditionnels (Keolis,...) sur le territoire français et comment leur rapport influence la pratique sur un territoire. Le deuxième s'interroge sur le positionnement des objets du covoiturage et leur rapport avec les usagers. Le covoiturage remet en question l'espace même de la voiture et interroge le comportement que l'on lui associe, depuis plusieurs générations. Enfin le dernier stade de réflexion sera axé sur les usagers du covoiturage. Il s'agira de comprendre comment les pouvoirs publics tendent à effectuer un changement de comportement des usagers, et surtout quelle place occupe la confiance dans le processus de relation interpersonnelle créé lors d'un trajet de covoiturage urbain.

A) Intérêt du sujet

Avant de rentrer dans le vif du sujet, nous pouvons apporter d'importantes précisions. Il convient d'évoquer les motivations qui nous ont poussé à traiter cette thématique du covoiturage courte distance, car elles apportent des éléments de compréhension aux chapitres suivants.

Personnellement, la politique et le déploiement des mobilités douces par les pouvoirs publics nous ont toujours intéressé. C'est dans ce sens que nous avons en parallèle de la rédaction de ce mémoire eu la chance de suivre un contrat de professionnalisation au sein d'un des services de covoiturage de la métropole de Rennes : Covoit'STAR. Ce service est opéré par l'entreprise Keolis, dans le cadre de la délégation de service public la liant à la collectivité.

Ce poste nous a offert une place essentielle dans nos démarches d'observation et d'information. Cette place privilégiée, au cœur du système, nous a ainsi permis d'être en contact avec les différents acteurs que nous évoquons dans ce travail. Le rapport direct auprès des usagers et des non usagers, nous a permis d'amasser, à la manière d'une observation participante, de nombreuses informations que nous utiliserons tout au long de ce travail.

B) La difficile définition du covoiturage urbain

Les notions de covoiturage urbain, court-voiturage, covoiturage pendulaire ou covoiturage domicile-travail sont souvent utilisées pour parler des mêmes pratiques alors qu'elles sont souvent très différentes, tant dans leur mise en place et leur gouvernance, qu'aux usagers auxquelles elles s'adressent. Comment mener une politique précise sur quelque chose ayant plusieurs noms ? En effet, la compréhension d'un public usager hétérogène a été longue à être assimilée. Avant de s'intéresser plus profondément aux différentes pratiques de covoiturage, il convient de distinguer le covoiturage de longue distance, inter-cité (type de covoiturage mis à la postérité par l'entreprise Blablacar) et le covoiturage de courte distance ancré dans un champ géographique plus restreint, métropolitain, périurbain, voire rural. Dans ce dernier, il convient également de différencier les réseaux de covoiturage pris en charge par les organismes publics de transport ou des entreprises privées du secteur. Cela ne revient pas à invalider le covoiturage urbain opéré uniquement par des entreprises privées, mais cela n'est pas le cœur du sujet de recherche de cette étude, bien que sa prise en compte éclaire notre étude. De plus, comme nous le verrons par la suite, le covoiturage pendulaire rime essentiellement avec acteur public, souvent en coopération avec des associations ou des entreprises. Nous continuons de dire ce que n'est pas le covoiturage pour tracer les contours de ce qu'il est. Le covoiturage est assimilable à une pratique d'autopartage, à l'instar du "stop", mais il suppose la condition du partage des frais de déplacements (essence, usure du véhicule, ...) ou tout du moins une gratification pour le conducteur ou propriétaire de l'automobile. Le législateur a posé récemment le socle normatif de cette pratique.

La majorité des auteurs et des professionnels de ce secteur sont d'accord pour diviser le covoiturage urbain en deux grandes catégories selon le type de trajet (régulier ou occasionnel). Ensuite les subdivisions sont souvent comprises selon le type de service mis à disposition des usagers (avec ou sans ligne préétablis pour les covoitureurs, 100% numérique,

...) qui vont influencer la nature même du déplacement (planifié ou dynamique). Il est également possible de différencier le type de covoiturage selon le mode de rétribution des conducteurs et des passagers, selon que les covoitureurs partagent les frais de transports avec une rétribution pécuniaire du conducteur ou alors financé par un tiers (surtout les organes publics). Néanmoins cette distinction peut être formalisée dans les mêmes cadres que ceux vus plus haut. Cette entrée n'apparaît donc pas véritablement essentielle dans le travail de définition des services de covoiturage puisqu'elle n'opère pas véritablement de changement dans la pratique même du covoiturage ou de la construction des réseaux routiers. On peut également citer la notion de covoiturage solidaire qui émerge depuis plusieurs années, mais dont l'existence prendra sens plus loin dans notre travail. A ce premier niveau de lecture il convient d'ajouter la nature des acteurs, des publics visés etc... On comprend rapidement qu'il existe autant de covoiturage que de pratique sur un territoire.

a) Le covoiturage ponctuel ou occasionnel VS le covoiturage régulier

Concernant le type de trajet nous pouvons distinguer les trajets de type ponctuels occasionnels, qui n'ont de valeur que durant le moment de réalisation, mais qui à l'échelle d'une construction de réseaux de covoiturage par les opérateurs permet de définir des tendances de trajets généraux entre différents points d'un territoire. Comme nous le verrons plus loin, les services de covoiturage fonctionnent quasi systématiquement via des interfaces numériques ou des plateformes de mise en relation entre usagers. De plus, il est souvent enjoint aux covoitureurs d'activer leur géolocalisation durant leur trajet ce qui permet de récolter leurs données de trajet (en complément de la trace des trajets déposés sur les plateformes numériques) et comprendre quels sont les trajets les plus fréquemment faits.

Le deuxième type de trajet est le trajet régulier, souvent associé au trajet domicile-travail. Le cas d'un covoiturage régulier est différent par la régularité et la durabilité du système. Le conducteur et le passager développent ainsi une relation qui va au-delà du simple partage du véhicule et du trajet. Ainsi, même si les individus ne se connaissent pas, ils seront plus enclins à pratiquer le covoiturage car ceux-ci travaillent ensemble ou à proximité (« je le connais car je sais où il travaille »), voire habitent très proches les uns des autres⁶. Il est à

⁶ Clavel, R. Legrand, P. (2009) Le covoiturage dynamique : étude préalable avant expérimentation. [Rapport de recherche] Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques (CERTU). ,

noter que c'est ce type de trajet qui est le plus pris en compte par les opérateurs publics ou privés étant donné qu'il est plus aisé à réguler et profite d'une construction intellectuelle plus aisé pour les automobilistes réguliers.

b) Le covoiturage planifié VS le covoiturage dynamique

Le covoiturage planifié est tout simplement le fait, pour un passager, de préparer son trajet plusieurs heures, voire plusieurs jours à l'avance, en contactant préalablement le conducteur. C'est le type d'organisation privilégié pour les covoitages à longue distance, mais peut très bien l'être pour covoiturer régulièrement avec un même conducteur, sur les horaires d'un trajet domicile-travail.

A cela s'oppose une notion plus récente, celle du covoiturage dynamique. L'idée du covoiturage dynamique est de fournir une offre en quasi temps réel à l'« usager covoitureur ». La personne souhaitant effectuer un itinéraire en covoiturage contactera le service quelques minutes avant son départ. Le service va alors chercher le conducteur adéquat qui est en mesure d'offrir le covoiturage souhaité sur l'itinéraire demandé. Avec une quantité suffisante de participants, le fonctionnement est souple et permet une bonne qualité de service. Ce système devient d'autant plus intéressant lorsqu'il est intégré de façon complémentaire aux transports publics réguliers et autres solutions alternatives comme l'autopartage, vélostations, etc. Le covoiturage dynamique se repose essentiellement sur les technologies de l'information et de la communication et notamment les téléphones portables, Personal Digital Assistant (PDA), internet, Global Positioning System (GPS), etc. Il est nécessaire de mettre en relation rapidement et de façon appropriée les personnes, via l'utilisation de ces technologies⁷.

A cela il est essentiel d'ajouter la condition sine qua none de la masse critique. La masse critique désigne l'état d'équilibre qui est atteint lorsqu'un nombre suffisant d'offres de conducteurs rencontre un nombre suffisant de demandes de passagers, qui coïncident en termes de lieux et d'horaires.

⁷ ibid

Selon les chercheurs du CEREMA⁸ (Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement), le covoiturage dynamique, en particulier, permettrait d'économiser plus de 500 kteq CO₂/an (voir tableau) au niveau de la France dans l'hypothèse où 15 % des conducteurs deviennent des covoitureurs passagers. C'est un des Systèmes de Transport Intelligent (STI) qui présente le plus fort potentiel sur la réduction des Gaz à Effet de Serre (GES)⁹.

Gains Potentiels de GES	Mesures appliquées à l'échelle de la France (sauf exception)
TRES IMPORTANTS <i>Plus de 500 kteq CO₂/an</i>	Information Multimodale : si le transfert modal vers les TC occasionné par le site est au moins égal à 3,5 %. Tarification Unique : si le système provoque un transfert modal vers les TC de 4%. Covoiturage dynamique : estimation sur la base d'une modélisation théorique où 15 % des conducteurs deviennent covoitureurs passagers. Voies HTO (périphérique parisien)
IMPORTANT <i>Entre 100 et 500 kteq CO₂/an</i>	Information Multimodale : si le transfert modal vers les TC occasionné par le site est entre 1% et 2%. Tarification Unique : si le système provoque un transfert modal vers les TC entre 0,8 et 1,6 %. Covoiturage : si le système provoque un transfert où 0,65 % des conducteurs deviennent covoitureurs passagers. CSA (sur un tronçon 3 km amont / 3 km aval de chaque radar) : calcul effectué pour 1000 radars.
MODERES <i>Entre 1 et 100 kteq CO₂/an</i>	Information multimodale : si le transfert modal vers les TC occasionné par le site est de 0,5 %. Covoiturage : si le système provoque un transfert où 0,015 % des conducteurs deviennent covoitureurs passagers. LAVIA (sur le réseau autoroutier) Limitation de vitesse sur périphérique (Toulouse) Péage Urbain (Paris) Jalonnement dynamique des paires en ouvrages (Lyon) Vélos en temps partagés (Paris)
PETITS <i>Inférieur à 1 kteq CO₂/an</i>	Vélos en temps partagés (Lyon)

Impacts des STI sur les émissions de GES Source : Certu, ENGES, STI dans les transports – Impact sur les émissions de GES, 2007 http://www.predim.org/IMG/pdf/Rapport_STI_GES

⁸ CEREMA 2018

⁹ Clavel, R. Legrand P. (2009) Le covoiturage dynamique : étude préalable avant expérimentation. [Rapport de recherche] Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques (CERTU).

c) Le covoiturage “à la carte” VS les lignes de covoiturage

Concernant le type de service de covoiturage nous pouvons dissocier le covoiturage sans réseaux préalablement tracés, qu’il soit occasionnel ou régulier. Le système des lignes de covoiturage se rapproche des lignes de bus. C’est un axe, avec un “début” et une “fin” de ligne et dans certains cas avec des arrêts pour faciliter les points de rendez-vous. Il se distingue du covoiturage quotidien ordinaire car il n’est plus question de laisser les covoitureurs librement poster leurs annonces sur tout le territoire. Non, il s’agit de limiter les offres à certains points pour atteindre “plus facilement” une masse critique d’utilisateurs et garantir un niveau de service engageant une spirale positive, c’est-à-dire créer des communautés autour d’axes ou dessertes¹⁰. Ce système de ligne de covoiturage est encore en phase d’expérimentation sur la métropole de Rennes. Il existe deux acteurs majeurs en France dans la mise en place de ces lignes, la Roue verte et Ecov qui proposent plusieurs lignes en France. Ce système est proposé aux collectivités en marque blanche. Ecov s’est associé avec la métropole de Rennes pour créer une ligne de covoiturage en 2021 : la ligne star’t. En plus d’apporter des solutions plus souples en temps réel, les lignes de covoiturage ont l’atout d’être facilement compréhensibles pour les usagers et les conducteurs, c’est une organisation efficace qui reprend les codes des transports en commun : lignes, arrêts et horaires de fonctionnement¹¹. L’idée est de permettre aux usagers passagers de se signaler sans réservation préalable aux conducteurs présents sur une voie, grâce à des arrêts de covoiturage aménagés sur la voirie. Les entreprises promotrices de ce système conviennent avec les organes publics de se positionner le long d’axes suffisamment fréquentés pour générer des appariements spontanés, sécurisés et rapides. Schématiquement, le passager attend à un arrêt situé en bordure de voirie, de façon équivalente à un arrêt de bus, et signale aux automobilistes qui circulent devant lui qu’il cherche à atteindre un lieu situé sur le trajet de ces automobilistes¹². Ce système est vendu comme assez libre pour les conducteurs qui ne sont en rien contraint de prendre un passager même si quelqu’un est en attente à un arrêt. Ce

¹⁰ <https://pro.mobicoop.fr/lignes-de-covoiturage-concept-innovant-objet-marketing/> consulté dernièrement le 28 décembre 2021

¹¹ <https://www.transbus.org/dossiers/covoiturage.html> consulté dernièrement le 28 décembre 2021

¹² Delaunay, T., Baron, N. (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d’affaires ? », *Belgeo*

signallement se fait le plus souvent grâce à l'implantation de panneaux signalétiques sur la route en amont ou alors via une interface numérique comme une application de smartphone.

A l'heure actuelle le covoiturage urbain se décline selon ces différentes solutions. Elles sont bien évidemment cumulatives entre elles. La définition du covoiturage urbain est périlleuse dû à l'innovation permanente de cette mobilité. Il semblait donc plus pertinent de créer une définition par combinaison, la plus à même de rendre compte des déplacements réels des usagers, qui on le sait, deviennent de plus en plus individualisés et donc de moins en moins classifiables. Cette difficulté de classification tient à la fois à la multiplication des motifs de trajets, notamment avec l'accroissement du temps octroyé aux loisirs¹³. De plus, le covoiturage urbain se dissocie du covoiturage à plus grande échelle tel que nous le connaissons, par les distances qu'il couvre. Par ailleurs, la difficulté provient également de l'élargissement géographique des zones urbaines et plus encore des zones périurbaines à proprement parler.

C) Définition du cadre géographique : métropole et périurbanité, la cas de Rennes Métropole

Se poser la question de la distance pour le covoiturage urbain, c'est déjà problématiser son concept. Le covoiturage dit de longue distance essentiellement situé entre intra urbanité, se positionne sur des points précis de prise en charge et de dépose des passagers, à la fois dans les centres ville ou sur des points multimodaux donnant accès aux passagers à d'autre réseaux, les parkings de covoiturage ad hoc ou des parking relais lorsque l'on rentre dans les première couronnes urbaines. A première vue, le cadre de travail du covoiturage urbain semble facile à appréhender : c'est du covoiturage de courte distance sur le territoire d'une commune ou d'une métropole. Cependant s'intéresser au covoiturage urbain signifie s'interroger sur la place et les fonctions de la ville et de la périurbanité.

L'urbanité est un environnement spatial, un territoire soumis à une délimitation géographique définie par son rapport à la distance et aux lieux. Le géographe Jacques Lévy¹⁴ définit

¹³ Viard, Jean (2006) , "Éloge de la mobilité, essai sur le capital temps libre et la valeur travail", La Tour-d'Aigues, éditions de l'Aube, « Mondes en cours »

¹⁴ Lévy, J. (1994) Urbanité : à inventer. Villes : à décrire. In: *Les Annales de la recherche urbaine*, N°64, . Parcours et positions. pp. 11-16.

l'urbanité comme le caractère de ce qui fait une ville, la ville étant vue comme une métaphore et une représentation de la société. C'est un bien public, construit par l'urbanisme, coproduit par différents acteurs. Il définit cela comme un bien public car il s'agit d'un bien qui profite à tous et qui nécessite la participation de ceux qui en profitent. En envisageant l'urbanité selon le prisme de la mobilité, et plus particulièrement celui du covoiturage, les contours sont différents selon le type de covoiturage et l'ancrage territorial de cette pratique. D'autant plus que les services de covoiturage urbain privé opèrent sans restriction territoriale, ce qui empêche, entre autres, la question d'un monopole. En effet, ce n'est pas parce qu'une collectivité oriente les entreprises de son territoire vers une startup que d'autres startups ne pourront pas opérer sur ce même territoire¹⁵. D'un autre côté les services opérés par les collectivités ont également une aire géographique officiellement délimitée par les circonscriptions légales, souvent les métropoles. Cependant, dans les faits, cette variable est dépendante des trajets déposés par les usagers. En prenant l'exemple de la métropole de Rennes et son service Covoit'STAR il est possible sur l'application associée de déposer un trajet dépassant de plusieurs kilomètres les frontières législatives de la métropole. Cela pose la question de la délimitation réelle de ces services.

De par la nature de ses fonctions (compléter les réseaux de TC sur des territoires peu desservis) le covoiturage pose la question de la périurbanité. Des auteurs comme Jacques Lévy se permettent d'agrandir les zones urbaines avec des notions comme l'hypo-urbanité et infra-urbanité définies par leurs localisations externes aux aires urbaines mais avec des accessibilités à ces dernières réduites. La question de l'accessibilité est centrale dans les concepts de périurbanité et des services de covoiturage. Historiquement, les transports fordiens de masse, ont entraîné une nouvelle forme de mobilité et de mouvement vers les périphéries, impliquant une nouvelle notion en géographie: la péri-urbanité. Wieviorka compare la ville européenne, géographiquement ordonnée et héritée du moyen-âge, à l'urbain issu de la globalisation américaine liée à l'expansion de l'automobile. Cette dernière amène à la création de nouvelles zones péri-urbaines, définies par Chalard¹⁶ comme la "jonction entre le rural et la banlieue, en discontinuité avec les agglomérations mais tout de même au sein d'une unité urbaine". Une des questions centrales de notre travail sera de déterminer alors

¹⁵ Delaunay, T., Baron, N. (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d'affaires ? », *Belgeo*

¹⁶ Chalard, L. (2011). Les communes périphériques à croissance spectaculaire: Des boomburbs à la française ?. *Population & Avenir*.

quel territoire est réellement intégré au covoiturage urbain. En effet, les pouvoirs publics et les opérateurs traditionnels de transport associent dans leurs discours une complémentarité modal du covoiturage pour les réseaux de transport en commun en faveur des zones périurbaines.

Notre champ d'étude se situera essentiellement sur la métropole de Rennes. Ce territoire nous servira de point de départ et de recueil des informations dont nous avons besoin pour imaginer un déploiement maximum du covoiturage urbain sur les territoires français.

D) Les freins et inconvénients au covoiturage

Nous l'avons déjà entendu, le covoiturage est l'objet d'un paradoxe. Il y a un buzz inversement proportionnel à la pratique réelle enregistrée. Nous ferons ici la liste des freins au déploiement du covoiturage. Ces inconvénients peuvent être réduits ou enrichis selon le type de covoiturage, courte et longue distance ou même selon un usage planifié ou dynamique.

a) La méfiance envers un changement d'habitus modal

Déjà en 2011 Richard¹⁷ nous montre que le covoiturage est un « geste peu fréquent et difficile » dans l'esprit des personnes. De plus, étant un moyen de déplacement impliquant un fort processus de création de fait social, il implique la création et le maintien de relations interpersonnelles pouvant mettre mal à l'aise. En effet, prenant place dans un espace semi-public, la voiture d'un inconnu, les codes et règles à adopter sont souvent inconnus¹⁸ ce qui nécessite de la part des covoitureurs de nombreux ajustements pour parvenir à leurs buts respectifs¹⁹. Le problème de l'intimité revient de manière répétée dans les études centrées sur les rapports communicationnels entre usagers covoitureurs.

Les habitudes modales du passé, souvent auto solistes, compliquent également ce passage à l'acte. En effet, les tentes glorieuses et le tout automobile, accompagnées par le déploiement

¹⁷ Richard, I. (2011). Facteurs et processus psychosociaux du changement pour l'adoption de comportements pro environnementaux : le cas du covoiturage. Thèse de doctorat en Psychologie, Université de Provence, Aix en Provence.

¹⁸ Margolin, J.B., Misch, M.R., & Stahr, M. (1978). Incentives and disincentives of ride sharing. *Transportation Research Record*, 673, 7-15

¹⁹ Ibid

d'infrastructures routières, se sont installées dans l'habitus modal de la population française. Ainsi, le fait de partager l'habitacle de sa voiture avec une personne a priori inconnue est souvent perçu comme un acte trop radical²⁰.

Par ailleurs, la crainte d'une perte de flexibilité par rapport à un mode autosoliste est un frein souvent cité²¹. Un autre point noir est la réalisation de détours pour déposer ou récupérer un covoitureur, car il implique en plus, une perte de temps et un allongement de trajet²².

b) Les inconvénients au covoiturage

Comme nous l'avons énoncé dans nos premiers propos, la pratique du covoiturage, par rapport à son usage potentiel, reste très réduite. Cette question a été fortement interrogée par les chercheurs américains depuis le début des années 2010, se basant sur le retour de centaines d'usagers du covoiturage. L'essentiel de ces études avait pour cadre théorique le covoiturage longue distance. Le manque d'étude relative au covoiturage courte distance nous oblige à prendre en compte ces données tout en les interprétant à l'aune de notre objet de recherche.

Le premier inconvénient est le besoin de fiabilité, notamment pour la pérennisation de la pratique²³. Par ailleurs pour résoudre l'incertitude pesante ressentie, les usagers sont en attente d'informations sur les facteurs de sécurisation proposés par les plateformes lors de leurs appariements entre inconnus²⁴. La méfiance et la crainte des relations sociales défailtantes se retrouvent dans le sentiment d'insécurité/méfiance suite à l'accueil et

²⁰ Verplanken, B., Aarts, H., & van Knippenberg, A. (1997). Habit, information acquisition, and the process of making travel mode choices. *European Journal of Social Psychology*, 27, 539-560

²¹ CERTU, 2013 ; Richard, I. (2011). Facteurs et processus psychosociaux du changement pour l'adoption de comportements pro environnementaux : le cas du covoiturage. Thèse de doctorat en Psychologie, Université de Provence, Aix en Provence.

²² Levin, I. (1982). Measuring Tradeoffs in Carpool Driving Arrangement Preferences. *Transportation (pre-1986)*, 11(1), 71- 85.

²³ Deakin, E., K.T. Frick & Shively, K.M. (2010). Markets for Dynamic Ridesharing? Case of Berkeley, California. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, No. 2187. Transportation Research Board of the National Academies, Washington, D.C., pp. 131–137.

²⁴ Ciari, F., Schuessler, N. & Axhausen, K.W. (2012). Estimation of Carsharing Demand Using an Activity-Based Microsimulation Approach: Model Discussion and some Results. *International Journal of Sustainable Transportation*, 7 (1), pp. 70-84

l'ouverture de son trajet à un conducteur/passager inconnu²⁵. Par ailleurs, peut se créer un sentiment de dépendance vis à vis l'autre et donc un ressenti de perte de liberté individuelle²⁶.

c) Les inconvénients particuliers du covoiturage courte distance

A noter que ces freins et inconvénients sont accentués ou minimisés par le covoiturage sur de plus petites distances. En effet, la réalisation de détour et la contrainte de la dépendance à l'autre se trouvent accentuées. Le frein de l'obligation du détour déjà présenté pour le covoiturage longue distance devient plus fort encore pour le covoiturage pendulaire. Par calcul, les conducteurs acceptent plus facilement de faire un détour lorsque le trajet est long que pour des trajets de courte distance, représentant souvent moins de 10Km. Dans le cas d'un détour de seulement 3Km, la charge de trajet supplémentaire devient trop importante à l'égard du trajet global. De plus, les enjeux monétaires sont si peu importants que cela n'incite pas le conducteur à faire un effort. La perte de flexibilité revient souvent lors des études ou des retours directs d'usagers. Ici le covoiturage planifié pâtit d'une mauvaise réputation tandis que le covoiturage dynamique se pose comme réponse idéale à cet inconvénient.

A contrario, certains freins peuvent être réduits par la pratique du covoiturage urbain. Notamment la question du besoin de fiabilité qui peut être minimisé pour des couples de covoitureurs réguliers travaillant et résidant dans des zones proches, favorisant la connexion et la confiance.

Cependant, le covoiturage courte distance et notamment dynamique s'est découvert ses propres inconvénients, notamment dû aux problèmes techniques. Suite à des « bugs » comme des dysfonctionnements informatiques suite à des insuffisances des réseaux GSM et GPS, certains usagers se trouvent alors découragés par l'utilisation du service et après avoir essayé

²⁵ Corrêa, G. & Viegas, J.M. (2011). Carpooling and carpool clubs: Clarifying concepts and assessing value enhancement possibilities through a Stated Preference web survey in Lisbon, Portugal. *Transportation Research Part A*. 45, 81-90.

²⁶ CERTU, 2013 ; Richard, I. (2011). Facteurs et processus psychosociaux du changement pour l'adoption de comportements proenvironnementaux : le cas du covoiturage. Thèse de doctorat en Psychologie, Université de Provence, Aix en Provence.

un échec de connexion ou de paiement en ligne, souhaitent interrompre leur pratique tout juste naissante²⁷.

Problématisation

Ces premières réflexions nous ont permis de situer et mettre en lumière de premiers problèmes liés au covoiturage courte distance, que l'on peut classer en trois catégories :

- Les freins liés à la difficulté à définir le covoiturage courte distance, comme notion fourre-tout de pratiques diverses. La notion est trop différente selon les territoires mais aussi selon les composantes organisationnelles de son déploiement. Nous qualifierons ces freins organisationnels
- Des freins liés au rapport des usagers avec les objets et environnements du covoiturage. Notamment, la question du numérique et de son artefact, le téléphone mobile. Nous n'oublierons pas d'inclure dans notre réflexion l'habitacle de la voiture et les infrastructures routière, car avec le téléphone, ces éléments constituent des "points de passages"²⁸, essentiels au sens de la théorie de l'acteur réseau que nous mobilisons plus tard. Ce sont des freins liés aux objets communicationnels du covoiturage, que nous considérons actants du trajet.
- De nombreux freins sont associés au sentiment de méfiance interpersonnelle entre les usagers mais aussi au sentiment d'appréhension face à un véhicule inconnu et plus particulièrement des modes de communication au sein de ce même véhicule. Nous qualifierons ces freins de psycho-sociologiques liés au sentiment de confiance interpersonnelle.

²⁷ Créno L. (2016), *Covoiturer entre inconnus : des risques perçus à la construction de la confiance, panorama des expériences vécues des usagers*, Thèse de doctorat en psychologie ergonomique, Télécom ParisTech

²⁸ Latour, B. (2006), *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, « Armillaire »,

- a) Les plateformes de covoiturage : hétérotopie²⁹ de la communication ? Une thèse aujourd'hui désuète face à l'insuffisance de la pratique

Avant de continuer dans notre processus de problématisation, nous voudrions apporter des précisions sur le choix d'angle de la question. Presque naturellement, c'est-à-dire aiguillé par notre directeur de mémoire, une remarque nous est sautée aux yeux lors de nos recherches. Les plateformes de mise en relation du covoiturage fonctionnent sur des modes de connexion supposés fluides entre pairs grâce au numérique. La question de cette fluidité communicationnelle grâce au numérique décante celle de l'utopie même de la société info-communicationnelle. Pour Philippe Breton³⁰ des liens très étroits unissent communication et utopie : selon lui la communication est source de l'utopie du xxi^e siècle. Ce que l'on retrouve synthétisé par le "village global" de Mac Luhan, provient de l'idéal d'une « société de communication », marquée par le refus des idéologies, consensuelle et rationnelle, visant à s'éloigner des ravages de la guerre, loin du souvenir de la 2^e Guerre mondiale. Très vite, la conception d'une société idéale s'accompagne de l'établissement d'une communication universelle, où les découvertes d'outils pour communiquer ont toutes, du télégraphe au satellite, alimenté l'espoir d'un monde en paix³¹. Depuis longtemps l'humanité associe une communication fluide à une société saine, nous pouvons prendre l'exemple de Zamenhof et de l'Espéranto, déjà inspiré des correspondances de Descartes auprès du curé Mersenne plus de deux cent ans avant³². Aujourd'hui internet et le numérique de manière plus générale incarnent les valeurs utopiques de l'affranchissement des barrières spatio-temporelles, ou de l'accès libre et individualisé au savoir. Dans le récit utopique, le personnage voyage dans un lieu inconnu dont les caractéristiques sociales sont idéalisées. Pourtant, le héros ne peut communiquer avec ces sociétés, empêché par la barrière de la langue. Eric Dacheux³³ nous rappelle que nous interprétons ce que l'on nous dit à l'aide de références culturelles qui ne sont pas forcément celles des personnes qui s'adressent à nous.

²⁹ L'hétérotopie est un concept forgé par Michel Foucault dans une conférence de 1967 intitulée « Des espaces autres ». Il prend différentes significations selon le domaine d'étude dans lequel il est mobilisé. Pour le définir de façon global, c'est un lieux concret où se projette un imaginaire mythifié ou utopique. C'est un lieu de la concrétisation de l'imagination.

³⁰ Breton P. (1997) L'utopie de la communication. Le mythe du village planétaire. Paris : La Découverte

³¹ Flichy, P. (2001). L'imaginaire d'Internet. La Découverte.

³² Descartes à Mersenne. Amsterdam, 20 novembre 1629. Texte de Clerselier, tome I, lettre 111, p. 498-502

³³ Dacheux, E. « Utopie et SIC », *Communication* [En ligne], Vol. 26/2 | 2008, mis en ligne le 09 octobre 2009, consulté le 25 juillet 2022

Nous sommes enclins à des sentiments et nous souhaitons communiquer une idée, une volonté que l'on ne peut transmettre qu'imparfaitement car nous ne maîtrisons pas totalement ce que nous communiquons ni comment cela sera perçu. Ainsi nous sommes confrontés au paradoxe suivant : nous communiquons pour mieux nous faire comprendre et, ce faisant, générons de l'incompréhension. C'est ce paradoxe qui explique le besoin et la difficulté de toute communication. Comme nous l'explique Philippe Breton, l'utopie réside dans le désir de réussir à communiquer sans barrière, c'est ce qu'il nomme "l'utopie de la communication". Il est indéniable que le développement des dispositifs numériques a entraîné l'émergence d'un nouvel environnement info-communicationnel. L'ergonomie, l'accessibilité et la facilité de communication et d'accès à l'information en font des moyens attractifs pour bénéficier de services numériques personnalisés³⁴. L'arrivée d'internet et des artefacts numériques comme outils communicants, ont révolu les seules barrières culturelles et sociales dans nos efforts de compréhension. Les sciences de l'information et de la communication (SIC) en particulier ont depuis adapté leurs techniques et leurs méthodes aux nouveaux modes de calcul et aux nouvelles données produites par le numérique. Marqués par une révolution rapide et profonde, propulsée par l'innovation omniprésente, les individus sont devenus encore plus dépendants à l'information et à la communication. Ainsi, le phénomène du pear-to pear initié au début d'internet peut être considéré comme la concrétisation de cette utopie communicationnelle de fluidité symétrique. Le sujet du covoiturage, comme nous l'avons dit plus haut, s'est constitué grâce à des plateformes de mise en relation en vue de partager un ou plusieurs trajets, basé sur un partage des frais de transport. Dans ce cas, une question vient simplement à l'esprit : les plateformes de mise en relation de covoiturage constituent-elles une hétérotopie de la société info-communicationnelle ?

Cette question aurait pu être une question légitime il y a quelques années, lorsque les services se mettaient en place. Elle l'est, d'ailleurs sûrement toujours pour des acteurs publics et structures néophytes. Cependant de nombreux professionnels et chercheurs ont déjà commencé à creuser et expliquer que le seul numérique ne suffit pas à la réalisation du covoiturage courte distance³⁵. D'ailleurs, le 7 juillet 2022 l'association Ehop, a invité les élus

³⁴ Boumhaouad, H. (2017) « Pratiques info-communicationnelles des usagers des dispositifs numériques. Théorie de l'acteur-réseau », *Les Cahiers du numérique*, vol. 13, no. 3-4, , pp. 137-166

³⁵ CERTU 2018 ; ADEME 2018 ; Créno L. (2016), *Covoiturer entre inconnus : des risques perçus à la construction de la confiance, panorama des expériences vécues des usagers*, Thèse de doctorat en psychologie ergonomique, Télécom ParisTech

de la métropole de Rennes à une conférence dont une des questions centrale était “*Pourquoi une application de covoiturage n'est pas suffisante pour faire décoller la pratique ?*” Ce qui marque à la fois la connaissance de cette insuffisance mais aussi la nécessité de devoir encore l'expliquer. Aujourd'hui la majorité des professionnels considèrent que les covoitureurs doivent être accompagnés par des processus de coordination ou d'animation, créant par là même de nouveaux filtres. Une des thèse que nous aborderons dans ce travail est que les covoitureurs ont autant besoin d'outils permettant une fluidité communicationnels entre eux que d'accompagnement par des acteurs tiers dans leur usage.

b) L'approche théorique de la théorie de l'acteur réseau (L'ANT)

Si le covoiturage est souvent présenté à travers les services, plateformes et applications qui l'organisent, c'est aussi un usage entre un conducteur et un ou plusieurs passagers qu'il s'agit de caractériser, tout en restant un service organisé par des acteurs publics et privés. La plupart des études sur le covoiturage urbain l'aborde par un des prismes que je viens de citer. Nous faisons l'hypothèse que la complexité de cette mobilité, caractérisée par les nombreuses variables dont dépend un trajet, se situe dans la vision parcellaire que nous avons de son observation. C'est pourquoi nous suggérons une application de la théorie de l'acteur réseau (ANT) pour réussir à mettre en relation toutes les entités participantes au phénomène de covoiturage urbain. En effet, l'ANT tend à prendre en compte les sujets humains que nous appelons acteurs et non humains, que nous appelons actants. Cette pensée considère le monde en réseau, formé d'entités symétriques. Les interconnexions entre ces entités sont créatrices de “fait social”, c'est “l'association”, la formation de “collectifs” et l'ensemble des relations et les médiations qui les font tenir ensemble³⁶. La communication se fait par une opération de traduction, impliquant transformation, qui établit un lien entre des activités hétérogènes et rend le réseau intelligible³⁷. Par ce biais les acteurs et actans deviennent porte-parole de la volonté de leurs collectifs. C'est faire le postulat selon lequel la pratique info-communicationnelle est une négociation perpétuelle entre des acteurs hétérogènes dans la composition d'un monde commun, le réseau. Dès lors, tous les facteurs ou éléments

³⁶ Latour, B. (2006), *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, « Armillaire »,

³⁷ Callon, M. (1986) « Éléments pour une sociologie de la traduction. La domestication des coquilles Saint-Jacques dans la Baie de Saint-Brieuc », dans *L'Année sociologique*, n°36, .

d'influence autour d'un objet sont liés à la façon dont l'utilisateur agit³⁸. L'usage ne se construit pas simplement autour de la volonté de l'utilisateur mais sous l'influence d'un large éventail de facteurs environnants. L'acte accompli et l'ensemble de ces facteurs d'influence constituent le principe de cette théorie. Un acteur-réseau est donc l'acte lié avec tous ces facteurs d'influence qui produisent au final un réseau.

Dans le cadre du covoiturage urbain, l'usage du téléphone est quasiment obligatoire, au même titre que la voiture. Dans le cas d'un objet connecté pour chercher une information ou pour communiquer avec une personne, il convient de prendre en compte tous les éléments qui influencent la façon dont l'utilisateur le fait, par exemple les conditions générales d'utilisation du dispositif. A noter que cette théorie considère les personnes comme dispositif plus complexe composé d'autres dispositifs. Dès lors, un individu et un dispositif numérique peuvent former une nouvelle entité lorsqu'ils sont connectés dans une troisième entité : l'utilisateur. Un individu peut devenir plusieurs acteurs au sein du même réseau. L'utilisateur de l'application technique s'associe à celui de conducteur covoitureur quand il met sa voiture à disposition. A noter que l'association ne suppose pas la fusion complète, un utilisateur est différent à la fois d'un individu et d'un dispositif numérique. Cette théorie considère que les pratiques d'information et de communication ne sont causées ni par l'individu ni par le dispositif³⁹, c'est la connexion entre les deux entités qui importe. Plus particulièrement, nous n'allons pas utiliser la totalité des items méthodologiques de l'ANT donnés par Bruno Latour⁴⁰, mais nous focaliser sur certains principes essentiels au prisme de notre étude. Le processus de "traduction" expliqué plus haut, et celui de la "controverse", sont incontournables. C'est en concevant la controverse et en réussissant à la dépasser et donc à trouver un consensus que les acteurs créés ou non le fait social. La controverse s'apparente au moment où les acteurs et le réseaux échangent dans un moment "d'entre-définition", la navette dialectique entre le fait et le réseau, où chacun essaye de se construire dans le même mouvement symétrique. Nous mobiliserons également le concept de point de passage, qui se révèle être un lieu incontournable du processus. Dans notre cas, nous en avons listés trois, un numérique et deux physiques : les plateformes de mises en relations type application mobile, l'habitacle de la voiture et les infrastructures routière. Nous veillerons également au concept de transparence qui est essentiel dans la

³⁸ Boumhaouad, H. (2017) « Pratiques info-communicationnelles des usagers des dispositifs numériques. Théorie de l'acteur-réseau », *Les Cahiers du numérique*, vol. 13, no. 3-4, , pp. 137-166

³⁹ Ibid

⁴⁰ Latour, B. (2006), *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, « Armillaire »,

construction du réseau car il vise à tisser un lien de confiance entre les acteurs et actants, qui nous le verrons dans la dernière partie est essentiel.

c) L'intérêt de l'utilisation de l'ANT

Aujourd'hui les pratiques info-communicationnelles concernent principalement les façons dont les individus construisent et utilisent des dispositifs numériques pour rechercher, produire et communiquer des informations utiles. Avant d'être utilisé par un individu, les interactions entre l'homme et la machine, lors du processus de création, sont des filtres complexifiant notre rapport à l'objet. Chaque personne, derrière chaque emploi, présente dans la chaîne de création (programmeurs, développeurs, prise de décision...) est une composante hétérogène à considérer mais qui complexifie la démarche de compréhension. La recherche sur ces pratiques communicationnelles à l'ère numérique doit prendre en considération cette hétérogénéité et trouver un moyen de tenir compte de ces aspects humains et non humains. Ces pratiques ne relèvent donc ni du technique ni du social, mais du sociotechnique⁴¹. En allant même plus loin, cette chaîne d'hétérogénéité se superpose également lors de la création d'une automobile, où aujourd'hui le digital prend une part importante dans sa conception. L'usage de la théorie de l'acteur-réseau nous aidera à mieux comprendre l'enchevêtrement des aspects sociotechniques dans les pratiques info-communicationnelles des usagers des dispositifs numériques. Cependant une compréhension sur tous les éléments serait un travail titanesque à réaliser. L'ANT nous a permis de faire ressortir plusieurs points et de nous focaliser sur des actants essentiels sur lesquels travailler, comme les "points de passage" articulant notre pensée. Cela nous permet de comprendre le "réseau" du covoiturage urbain au travers de ses trois entrées principales, qui sont selon nous : sa gouvernance organisationnelle, ses outils de mise en pratique et ses usagers.

d) La médiation usager/outils/organisation du service

A ce niveau, l'acteur médiateur ou animateur de l'outil numérique devient le lien entre l'innovation des usages en temps réel et l'évolution des pratiques et stratégies pensées dans l'utilisation d'une application de covoiturage. Il faut comprendre en accord avec l'ANT que

⁴¹ Boumhaouad, H. (2017) « Pratiques info-communicationnelles des usagers des dispositifs numériques. Théorie de l'acteur-réseau », *Les Cahiers du numérique*, vol. 13, no. 3-4, , pp. 137-166

la pratique et l'usage s'influence dans un rapport symétrique. Cette notion de médiateur tierce résonne dans le travail de Marcela Patrascu sur la mise en relation de l'usage et la pratique⁴². Françoise Bernard⁴³, considère qu'en situation d'interaction multimodale entre usager/objet/environnement, la notion de médiation permet de dépasser la logique binaire qui oppose traditionnellement sujet et objet, individu et organisation, technique et social et de penser "individu-technique-organisation" dans sa complexité. Ainsi nous rejoignons Marcela Patrascu quand elle affirme que *“la médiation permet de "penser ensemble" les notions de pratique et d'organisation aussi bien dans un axe horizontal en permettant de saisir la dimension organisationnelle des pratiques individuelles et collectives, mais également dans un axe vertical, celui qui oriente l'appréhension de l'innovation inscrite dans une temporalité longue”*⁴⁴

Sur l'axe vertical, cette conception renvoie vers la durée et la mémorisation que l'on en fait, notamment dans le secteur de l'innovation et les processus de construction de produit suite à aux retours usagers. Cela est relatif au changement de comportements sociaux liés au covoiturage et au partage de l'espace imaginé de la voiture comme espace individuel⁴⁵. Cette notion de changement de comportement sera évoquée par le prisme des politiques publiques mises en place. Le travail relatif à la mémorisation de l'usage sera évoqué par le prisme de l'innovation technologique et notamment le rôle de compilateur du tiers médiateur situé entre l'utilisateur et l'objet.

Sur l'axe horizontal des relations interpersonnelles, la médiation se conçoit selon Lamizet dans la relation entre l'individuel et le collectif, entre le sujet singulier et la communauté à laquelle il appartient⁴⁶. Selon Lamizet la médiation est conçue par une mise en relation entre l'individu et le collectif. De cette manière la société ne peut exister que si "chacun de ses membres a conscience d'une relation entre sa propre existence et l'existence de la

⁴² Patrascu, M. (2010) « Saisir les pratiques sociales du point de vue de leur organisation. Revisiter le concept de médiation », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. , no. 2, 2010, pp. 58-70.

⁴³ Bernard, F. (2000), "Le lien communicationnel en organisation", *Sciences de la Société*, 50/51, 2000, p. 36

⁴⁴ Patrascu, M. (2010) « Saisir les pratiques sociales du point de vue de leur organisation. Revisiter le concept de médiation », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. , no. 2, 2010, pp. 58-70.

⁴⁵ *ibid*

⁴⁶ *ibid*

communauté"⁴⁷. Dans cette veine des emplois d'animateurs ou de médiateurs commencent à fleurir dans les entreprises de covoiturage urbain pour la création de communauté de covoitureurs par exemple. Par exemple, l'ADEME⁴⁸ en fait une recommandation dans son étude de 2017, tout en admettant n'avoir pas le recul nécessaire pour statuer dessus. Une de leur tâche est ainsi de faire comprendre aux covoitureurs l'existence de leur fait, au sein d'une communauté. La communication peut ainsi rendre par des chiffres donnés sur la vie d'une communauté de covoitureurs, le nombre de trajets, le nombre d'inscrits... En s'appuyant sur le "tiers symbolisant" de Loui Quéré⁴⁹, c'est-à-dire l'institution, base du "vivre-ensemble", Patrascu voit la médiation crédible grâce à une logique de tiercéité, de la présence d'un tiers. La notion de médiation permettrait de rendre compte de l'inscription des pratiques individuelles dans les pratiques collectives et donc de créer un réseau créateur de fait social efficace.

Problématique

Nous faisons l'hypothèse qu'un tiers médian, présent à la fois à chaque niveau d'action et jouant le rôle de lien entre eux permettrait la réalisation d'un déploiement supplémentaire du covoiturage urbain. Nous pouvons donc nous interroger sur :

Dans quelle mesure l'implication d'un tiers médiateur est nécessaire dans l'organisation du covoiturage courte distance, entre son organisation institutionnelle, ses outils et ses usagers afin de développer la pratique et l'usage de cette mobilité ?

Pour répondre à cette question tout en conservant l'axe de réflexion que nous avons construit précédemment nous proposons de questionner **les positionnement des acteurs de la mobilité, dans le cadre de la loi LOM dans un premier chapitre**. Dans un deuxième chapitre, nous utiliserons la focale mise sur les acteurs non humains du covoiturage pour creuser **la prise en compte des "points de passage" du covoiturage : Véhicule, téléphone portable et infrastructures routières**. Enfin, dans un dernier chapitre, utiliserons le prisme

⁴⁷ Lamizet, B. (1999), *La médiation culturelle*, Paris, Editions L'Harmattan

⁴⁸ ADEME, 2017

⁴⁹ Quéré, L.(1990), "Agir dans l'espace public". In Pharo, P. et Quéré L. *Les formes de l'action*. Paris : EHESS, (Raisons Pratiques I)

du sentiment de confiance pour comprendre quels liens unissent les organisateurs ou bien les usagers du covoiturage. Nous évoquons l'importance de **la médiation de la confiance dans les relations entre les acteurs du covoiturage courte distance**.

Chapitre 1 : Les positionnements des acteurs de la mobilité, dans le cadre normatif de la loi LOM

I) Le développement normatif récent du covoiturage

Aux yeux de la loi, le covoiturage c'est « l'utilisation en commun d'un véhicule terrestre à moteur par un conducteur et un ou plusieurs passagers, à titre non onéreux, excepté le partage des frais, dans le cadre d'un déplacement que le conducteur effectue pour son propre compte ». Cette définition a fait récemment son entrée dans le Code des transports par l'intermédiaire de la LTECV (Loi relative à la Transition Énergétique pour une Croissance Verte) de 2015.

A première lecture, cette définition donne des éléments de réponse permettant de différencier le covoiturage d'un service économique comme les taxis ou plus récemment les conducteurs VTC, qui reste un service rendu par un conducteur inscrit sur un registre administratif et titulaire d'une assurance professionnelle. Nous pouvons noter des expérimentations hybrides comme UberPop, rapidement jugé illégal. Ici, le conducteur contacté grâce à une application sur smartphone, s'improvise chauffeur de taxi pour rentabiliser sa voiture ou arrondir ses fins de mois. Il ne s'agit toujours pas de covoiturage puisque le service est rémunérateur alors que le covoiturage ne prévoit qu'une participation aux frais. Dans un autre registre, l'application mobile Djump proposait un partage de trajets entre particuliers au sein d'une communauté. Le passager pouvait géolocaliser et contacter les conducteurs aux alentours, l'application affiche un montant indicatif que le passager peut donner au conducteur. Ici, les règles du covoiturage semblaient être respectées avec la combinaison entre un conducteur particulier et un échange d'argent basé sur un partage des frais. Cependant, en juillet 2015, face à la colère des taxis jugeant le service déloyal et le brouillard juridique entourant ce secteur, l'application

fermait avant d'être rachetée un mois plus tard par le service de VTC Chauffeurs-privés⁵⁰, soulignant la promiscuité de fonctionnement de ces services.

Matthieu Jacquot dénonce un désamour initial de l'Etat vis à vis de l'organisation du covoiturage⁵¹. Ce désamour ou alors ce désintérêt reposait sur deux choses. Tout d'abord le covoiturage n'était que coutumier au sens juridique du terme, c'est-à-dire que cette pratique est aussi vieille que l'automobile et l'Etat n'avait jusqu'alors jamais ressenti le besoin de la codifier. Deuxièmement, l'appréhension du covoiturage par l'Etat avait toujours été dérivée, voire jurisprudentielle. C'est à dire que dans l'esprit du juge et du législateur le covoiturage n'apparaissait qu'au travers d'autres matières, comme dans les Codes de la Sécurité sociale, des collectivités territoriales ou encore de l'environnement⁵². L'arrivée tardive d'un encadrement direct du covoiturage comme mobilité à part entière est révélatrice de l'évolution de la société tout entière. Ce n'est plus seulement un mode de déplacement auquel on cherche à répondre par la valorisation du travail et de l'innovation technique, comme cela pouvait être le cas par la prise en charge du code de la sécurité sociale ou du code de l'environnement. La conception du covoiturage a évolué vers une acceptation globale de sa signification comme mode de transport mais également vers la prise en charge de son apport social.

Il convient cependant de nuancer ce caractère nouveau de l'intérêt des pouvoirs publics français sur ce sujet. En effet les acteurs territoriaux sont encouragés à soutenir la pratique du covoiturage depuis le milieu des années 1990, sans véritable succès toutefois car aucun cadre normatif n'avait été clairement défini, chaque organisme public de mobilité ayant la liberté de ses mouvements. Selon les chiffres du rapport du Commissariat général au développement durable, la pratique du covoiturage en France est en net déclin depuis les années 1970⁵³. Cette tendance s'illustre notamment à travers la baisse continue entre 1990 et 2016 du taux d'occupation des véhicules, de 1,78 à 1,58 passagers par véhicule pour tous les motifs de déplacements⁵⁴. Ces chiffres résonnent actuellement d'un écho bien plus dramatique

⁵⁰

<https://www.lecho.be/dossier/startups/djump-le-uber-belge-rachete-par-chauffeur-privé/9660288.html>

⁵¹ Jacquot, M. (2018). Quel futur pour le covoiturage ? Comment surmonter les obstacles ? . *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 52-55.

⁵² Ibid

⁵³ CGDD, 2016

⁵⁴ CEREMA, 2016 ; CGDD, 2018

lorsqu'on les comparent à ceux de la métropole de Rennes qui déclare un taux d'occupation des véhicules sur sa rocade de 1,03 passagers par automobile en heure de pointe. Teddy Delaunay et Nacima Baron expliquent la faible diffusion du covoiturage sur courte distance par les contraintes d'organisation et de perte de temps que la pratique engendre au vue des changements des habitus sociaux⁵⁵.

A) Une reconnaissance normative face aux enjeux écologiques

L'acceptation normative du covoiturage contemporain répond à la volonté étatique de se diriger vers "une mobilité propre", pour reprendre l'expression introduite en 2015 par la Loi de Transition Énergétique pour la Croissance Verte (LTECV). Ce texte propose l'élaboration d'un outil de compréhension et d'aide à la décision à destination des acteurs publics en matière d'écomobilité. Selon les auteurs de ce domaine, les dispositifs de gouvernance de la mobilité urbaine (législatif et réglementaire) questionnent le rapport à la voiture comme mode de déplacement individuel. La solution la plus souvent invoquée est le report modal. Ce report est ancré depuis longtemps dans les esprits et la conception actuelle de la voiture est une construction à plusieurs strates. Historiquement, le fait de planifier le développement d'infrastructures routières en vue d'accompagner et d'amplifier la croissance automobile du pays nous vient des Etats-Unis. Les modèles alors mis en place, dits « modèles à quatre étapes » (M4E), ont été transférés en France en 60-70⁵⁶. Selon Patrick Bonnel c'est « tout un édifice en faveur de l'investissement routier automobile qui se met en place »⁵⁷. Tandis que pour Gabriel Dupuy la question du « choix modal n'a probablement été introduite que pour éliminer de façon rationnelle et avec la précision nécessaire des déplacements qui ne font pas ou peu appel aux dimensions de la route »⁵⁸. La modélisation et la croissance automobile se sont mutuellement soutenues, au profit d'une expansion continue des réseaux routiers. En 70-80' avec la fin des trentes glorieuses et du tout automobile, "la modélisation passe d'une logique de représentation des flux à celle des déplacements : il ne s'agit plus de réguler la

⁵⁵ Delaunay, T. et Baron, N. (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d'affaires ? »,

⁵⁶ Delaunay, T. (2018) L'intégration du covoiturage dans le système de mobilité francilien : hybrider le transport collectif et individuel pour asseoir l'hégémonie de l'automobile ? Architecture, aménagement de l'espace. Université Paris-Est, .

⁵⁷ Bonnel, P. (2002) Prévion de la demande de transport. Economies et finances. Université Lumière - Lyon II,

⁵⁸ Dupuy, G., (1995), Les territoires de l'automobile, Paris, Economica, collection Villes.

circulation des objets techniques, mais celle des personnes”⁵⁹. Ce basculement soulève plusieurs questionnements concrets ; de quelle manière les pouvoirs publics opèrent-ils ces reports modaux vers les transports en commun ou alors des solutions automobiles non individuelles ? Aujourd’hui, face à l’hyper individualisation des trajets, comment l’automobile est-elle intégrée dans la réorganisation des transports et de la mobilité ?

Si la France commence à prendre en compte la question du covoiturage dans la régulation de ses mobilités, c’est en réponse à ses engagements internationaux environnementaux. La première étape historique est la signature du Protocole de Kyoto 2, dont la mise en place par l’amendement de Doha s’étend de 2013 à 2020. Cet engagement fixe un objectif global de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) pour la période 2013-2020 d’au moins -18 % par rapport au niveau de 1990. A cela s’ajoute le paquet Climat-Énergie de l’UE qui demande aux 27 Etats membres signataires de réduire leurs émissions de GES de 20 % entre 1990 et 2020. De plus, plusieurs directives communautaires ont fixé des étapes liées directement aux déplacements. Nous pouvons citer la directive 2001/81/CE (Directive NEC) fixant des plafonds d’émission nationaux pour certains polluants atmosphériques. Cette dernière a été depuis remplacée au 1er juillet 2018 en application de la directive (EU) 2016/2284 du 14 décembre 2016 concernant la réduction des émissions nationales de certains polluants atmosphériques. Enfin, l’Accord de Paris, premier instrument juridique international, liant pays industrialisés et pays en développement dans un nouveau régime commun et unifié pour la réduction des émissions de GES, fixe l’objectif de limiter la hausse des températures moyennes mondiales « nettement en-dessous de » 2°C (d’ici 2100) par rapport aux niveaux préindustriels et de viser si possible 1,5°C⁶⁰. Loin d’interdire l’utilisation de la voiture, cette dernière devient le centre des réglementations publiques de transport « ce n’est donc pas la voiture en tant que telle qu’il faut rejeter, mais son usage qu’il faut optimiser, en le rendant plus pertinent et davantage partagé, en complément de l’amélioration des performances du véhicule lui-même »⁶¹.

⁵⁹ Borja, S., Courty, C., Ramadier, T (dir.) (2013), « Approches critiques de la mobilité », *Regards sociologiques*, n° 45-46,

⁶⁰ Sajous, P., Salze, P. & Bailly-Hascoët, V. (2020). Système automobile et modèles de transports : quelles évolutions pour planifier la mobilité de demain ? . *Flux*, 119-120, 173-184.

⁶¹ Projet de SDMP 2019-2028

Ces objectifs internationaux et communautaires ont influencé par nivellement notre conception normative et organisatrice de la voiture et de son usage pour le covoiturage. Depuis 2015, les autorités organisatrices de transports (AOT), devenues Autorités Organisatrices de la Mobilité (AOM), ont vu leurs compétences dans les domaines des usages partagés de l'automobile s'accroître largement. Le code des transports astreint aux AOM lors de l'élaboration de leur Plan de Déplacements Urbains (PDU) des objectifs réglementaires clairs « la diminution du trafic automobile » ou « le développement des transports collectifs et des moyens de déplacement les moins consommateurs d'énergie et les moins polluants »⁶². Le recours au covoiturage n'y est explicitement mentionné que dans le cadre de « l'amélioration du transport des personnels des entreprises et des collectivités publiques »⁶³. Le covoiturage s'affirme dans cette loi comme une solution d'action publique écologique et économique pour améliorer l'accessibilité de périphéries métropolitaines à l'urbanisation diffuse⁶⁴. Nous prenons le temps ici de délimiter notre champ de travail au covoiturage seul et non aux solutions d'autopartage, comme certaines entreprises privées en accord avec les collectivités les mettent en place. Bien que certaines motivations, notamment aux niveaux des usagers soient transversales, la gouvernance de ces services et de leur mise en place diffèrent réellement de ceux pour le covoiturage. En effet, comme nous le verrons plus tard les acteurs, s'ils ne semblent pas différents, ne détiennent pas les mêmes rôles.

B) L'avènement de la loi d'orientation des mobilités (LOM)

Ainsi les politiques des transports français érigent la voiture et l'automobiliste comme sujet principal de son action. Dès lors, il ne s'agit plus de prendre en compte un citoyen comme « l'usager » des transports mais comme l'acteur central de sa mobilité au sens de ce que George Amar appelle « l'homo mobilis »⁶⁵. Au vu des innovations de la mobilité durable ou soutenable, la mobilité urbaine actuelle n'est plus un simple franchissement de distances ou de vitesse, mais une création de liens, d'opportunités et de synergies, pour un "Homo mobilis" branché et interconnecté⁶⁶. Dernièrement, la loi LOM (Loi d'Orientation des mobilités de 2019) nous

⁶² Article L. 1214-2 du code des transports

⁶³ https://www.systra.com/expert_insights/comment-favoriser-le-developpement-du-covoiturage-courte-distance-dans-une-politique-publique-de-mobilite/

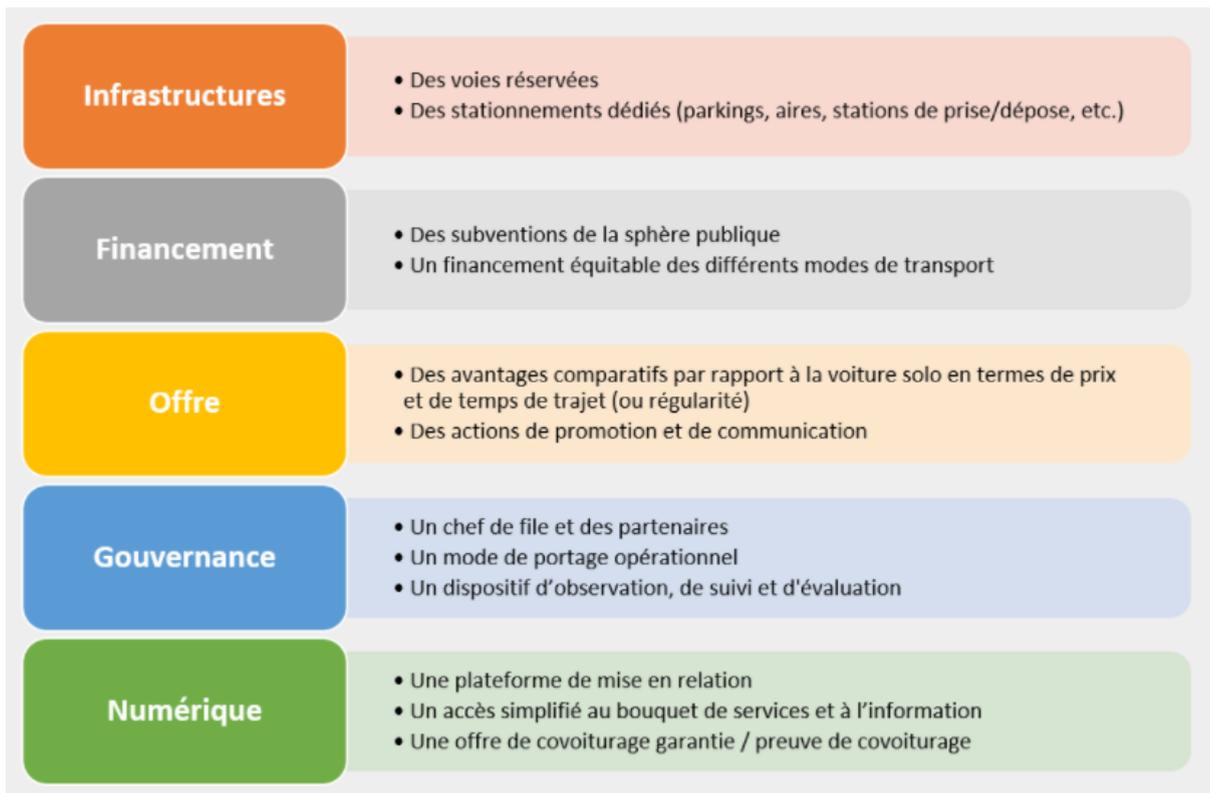
⁶⁴ *ibid*

⁶⁵ Amar, G. (2016). Homo mobilis : une civilisation du mouvement. Fyp éditions

⁶⁶ *ibid*, Amar, G. (2016).

oriente vers un profond changement de nos politiques de mobilité. Elle fait acte d'un élargissement du spectre de la politique des transports. La nouvelle vision des transports ne se limite plus à l'accès aux transports collectifs (trains, bus, tramway, etc.) ou à une vision centrée sur l'infrastructure. La LOM, n'agit pas en définissant directement une politique et ses moyens mais prend plutôt le parti de donner des droits ou responsabilités aux acteurs, notamment aux AOM. "Il s'agit désormais de prendre en compte toutes les formes de mobilité, qu'elles soient collectives ou individuelles, partagées, motorisées ou pas, afin d'encourager un report modal"⁶⁷. Ce fait acte également une évolution de mentalité concernant les mobilités, déjà commencée, comme nous l'avons vu plus haut, depuis une dizaine d'années et qui vise à concevoir dorénavant les individus comme des acteurs de leur mobilité, faisant des choix répondant au mieux à leur besoin de déplacement, plutôt que comme de simples usagers d'infrastructures. La LOM nous concerne également activement car elle reconnaît le covoiturage comme un élément clé d'une politique publique de mobilité. Elle reprend un système de contrainte pour l'utilisation de voiture en zone urbaine comme des formule de pollueur-payeur ou même l'interdiction de circulation dans certaines zones pour les véhicules les plus polluants. Cependant la voiture n'est pas exclue de l'organisation de la mobilité, son utilisation est dirigée vers des véhicules moins polluants et des mécanismes d'amélioration de leur taux de remplissage. La réelle avancée est de faire des automobiles des outils de déplacement partagés. Par ailleurs, elle reprend et approfondit des éléments de la TECV de 2015 et les mesures adoptées en 2018 comme des aides pour le verdissement du parc automobile, ou son article 40.

⁶⁷ Sajous, P., Salze, P. & Bailly-Hascoët, V. (2020). Système automobile et modèles de transports : quelles évolutions pour planifier la mobilité de demain ? *Flux*, 119-120, 173-184.



Les préconisations du rapport CEREMA de 2018 concernant le covoiturage
https://www.cerema.fr/system/files/documents/2019/07/cerema_ra_2018.pdf

Article 40 TECV 1° Le développement des véhicules à faibles émissions et le déploiement des infrastructures permettant leur alimentation en carburant. Elle détermine notamment le cadre d'action national pour le développement du marché relatif aux carburants alternatifs et le déploiement des infrastructures correspondantes ;

2° L'amélioration de l'efficacité énergétique du parc de véhicules ;

3° Les reports modaux de la voiture individuelle vers les transports en commun terrestres, le vélo et la marche à pied, ainsi que du transport routier vers le transport ferroviaire et fluvial ;

4° Le développement des modes de transports collaboratifs, notamment l'auto-partage ou le covoiturage ;

5° L'augmentation du taux de remplissage des véhicules de transport de marchandises

Il est également enjoint aux sociétés de transport d'acquiescer une proportion minimale de 10 % de véhicules à faible émission en cas de renouvellement de leur flotte, d'ici 2020. De plus, le covoiturage devient un objectif principal des PDU. En effet, le législateur a donné de

nouveaux outils aux EPCI pour favoriser le covoiturage⁶⁸ comme nous le verrons par la suite. La LOM reprend ces éléments en y ajoutant le mécanisme du forfait mobilité durable aux entreprises permettant une contribution de l'employeur aux frais de déplacement domicile-travail en covoiturage. De plus, le texte prévoit la possibilité de réserver des voies aux covoitureurs ou des places de parking dans des parkings-relais, considérés comme incitateurs à la pratique du covoiturage.

En effet, le potentiel des parcs relais est important pour le covoiturage grâce aux appariements notamment. Inspiration des Etats Unis pour l'installation des parcs relais incitant l'usage du covoiturage. Selon une étude déployée à Dallas, l'utilisation d'un parc relais a augmenté l'usage du covoiturage de 21 %, l'étude insiste sur le rôle prépondérant de l'infrastructure. Par ailleurs, 62 % ont affirmé que le parking était un facteur important pour inciter au covoiturage. Une autre étude portant sur l'utilisation de 150 parcs relais a montré que les modes des utilisateurs pour s'y rendre étaient à 60 % la voiture solo, et à 34 % le covoiturage⁶⁹. Un autre aspect des parcs relais est qu'ils peuvent encourager le « covoiturage informel ». À Washington DC, le covoiturage informel est pratiqué notamment par les habitants des banlieues de la Virginie du Nord pour emprunter les voies réservées de la I-395. Les conducteurs viennent chercher des passagers à plusieurs endroits (appelés en anglais « slug lines ») sur des voies parallèles à l'I-395 ou sur des parcs relais. On estime à Washington que 2 500 à 5 000 usagers utilisent le covoiturage informel chaque jour, principalement pendant les heures de pointe⁷⁰. Un système similaire est apparu à San Francisco sur une voie réservée du pont Bay Bridge, permettant de réduire de 30 mn les temps de parcours par rapport aux voies normales

Nous avons convenu du fait que la voiture est un objet central de reconfiguration des politiques publiques de mobilité, cependant des zones d'ombre persistent toutefois, notamment en ce qui concerne la gouvernance et le financement des mesures.

⁶⁸ Lois Grenelle II 2010 ; MAPTAM 2014 ; LTECV 2015

⁶⁹ Clavel, R., Legrand, P. (2009) Le covoiturage dynamique : étude préalable avant expérimentation. *[Rapport de recherche] Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques (CERTU).*

⁷⁰ *ibid*

II) Repositionnements et stratégie des acteurs du covoiturage urbains français

Il s'agit ici de déterminer les positionnements réciproques des pouvoirs publics (métropole, départements et région⁷¹ essentiellement) et des transporteurs traditionnels face à l'arrivée des entreprises et startups privées de mobilité dans le domaine du covoiturage sur courtes distances. Cette question est d'autant plus importante car elle permet de se saisir de l'intégration des opérateurs de covoiturage privé dans le champ du service public de transports. Chaque cas est particulier et chaque territoire voit la gouvernance et la promotion du covoiturage effectués de manières différentes selon ses besoins et ses demandes. En effet, chaque type de covoiturage répond à des problématique particulières, par exemple la forme planifiée aux actifs automobilistes des espaces diffus, la forme dynamique aux usagers des transports collectifs résidant dans un espace métropolitain. Le sujet du covoiturage pendulaire est venu repositionner l'implication des entreprises historiques de transports collectifs, dû au bouleversement des formes de gouvernance et notamment le poids des startups. Delaunay et Baron montrent qu'en fonction du type d'acteurs impliqués, "cette transition augure un potentiel renforcement de la place du covoiturage dans les services publics de mobilité, mais peut aussi se traduire par une contention de ce mode dans les marges de l'offre de mobilité"⁷². Pour conclure, ils montrent dans quelle mesure ces "évolutions soulèvent de nombreux enjeux en termes de mise en œuvre et de régulation, et posent également question quant au renforcement de la place de l'automobile dans le système de mobilité"⁷³.

A) Les stratégies des entreprises privées

Les entreprises de covoiturage peuvent être séparées en deux catégories. Celles qui militent pour une libéralisation du secteur et celles qui souhaitent intégrer leur produit dans l'offre de transport public pour que les autorités subventionnent la pratique encore émergente⁷⁴. Les premières, oscillent entre résignation, devant les difficultés à convaincre les pouvoirs publics

⁷¹ Différents acteurs publics ont fait preuve d'initiatives et d'intérêt accrus notamment les EPCI et surtout les métropoles mais également plusieurs départements et régions ; CEREMA, 2018

⁷² Delaunay, T. , Baron. N, (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d'affaires ? », *Belgeo*

⁷³ *ibid*

⁷⁴ *ibid*

de l'intérêt de financer ce type de pratique, et refus à l'idée de collaborer avec la puissance publique, considérant ne pas avoir les mêmes objectifs que les pouvoirs publics locaux.

Les secondes considèrent les acteurs publics comme nécessaires pour démocratiser l'usage du covoiturage. Notamment devant "l'urgence de produire un cadre normatif et de gouvernance clair afin de réduire la concurrence territoriale entre les plateformes, volonté de stimulation de la pratique auprès des ménages et des usagers de transport collectifs à travers un subventionnement de la pratique, attente d'un financement d'une plus grande quantité d'aménagements d'aires de covoiturage et d'infrastructures et d'outils dédiés"⁷⁵.

Ce groupe se divise à nouveau selon l'implication demandée aux pouvoirs publics mais aussi selon la forme de covoiturage proposée par les entreprises. Certaines sociétés se sont spécialisées sur la forme de covoiturage dynamique sous forme de ligne avec des arrêts de covoiturage localisés à des emplacements précis sur le bord de la route. Ces acteurs proposent en définitive des services de covoiturage extrêmement territorialisés. "Pour parvenir à ces relations privilégiées avec les institutions publiques, ces sociétés sont prêtes à des concessions. Comme ce sont des entreprises du digital, l'un des enjeux majeurs est de partager les données de mobilité, c'est-à-dire à transmettre les informations relatives aux flux des conducteurs"⁷⁶.

B) Quelle place pour les transporteurs publics historiques ?

Le modèle auquel deux types de sociétés adhèrent se rapproche en définitive de celui de la délégation de service public de transport. C'est pourquoi nous pouvons être alertés par le manque de cadrage de certaines communes. En effet cette délégation de service publique a pour effet de garantir le monopole de la compétence mobilité d'une collectivité au transporteur remportant l'offre, financé par l'impôt au nom des externalités positives qu'il produit⁷⁷. Cela soulève de nombreuses questions quant au choix que doivent faire les pouvoirs publics. Doivent-ils faire un choix et donner le monopole à une entreprise ? Plus

⁷⁵ Lejoux P. (2014), « Les entreprises face à la mutation énergétique : l'enjeu de la mobilité dans les territoires périurbains de la métropole lyonnaise », *Revue Géographique de l'Est, Mutations des systèmes productifs en France*

⁷⁶ Delaunay, T., Baron, N. (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d'affaires ? », *Belgeo*

⁷⁷ Lefèvre C., Offner J.M. (1990), *Les transports urbains en question : Usages – Décisions – Territoires*, CELSE

fondamentalement, la manière dont est définie le monopole pose question. D'une part, de multiples formes de services de covoiturage existent, et chacune s'adresse à des publics différents. Il semble donc nécessaire que la collectivité ne se limite pas à garantir le monopole à une seule entreprise de covoiturage, mais "qu'elle soit en mesure de diriger les entreprises vers les services qui correspondent le mieux aux objectifs qu'elles poursuivent"⁷⁸. Dès lors, il apparaît essentiel que les métropoles se dotent d'un organe de direction propre au covoiturage pour avoir un contrôle, sur les données notamment. Delaunay et Baron rapportent, lors du rapport de leur étude en 2019, l'exemple d'une entreprise privée ancrée depuis longtemps sur un territoire mais dont les résultats laissent à désirer : "le dernier [l'entreprise] détient les données, sélectionne celles qu'il transmet ou non à la puissance publique, pratique une forme de rétention ou de captation de fait du pouvoir, et peut de ce fait influencer sur les décisions de l'administration". Encore un autre exemple, certaines entreprises privées ayant un accord partenarial, avec des collectivités territoriales, pour la diffusion de leur service sur leur territoire, vendent leur données de trafics et d'offres. Ce contrôle pourrait également être effectué par des études évaluant les actions menées par le ou les mandataires.

Dans l'esprit des transporteurs publics, la prise en charge du covoiturage joue un rôle ambigu. D'un côté, ce service est une aubaine de complémentarité pour les réseaux de TC qui peinent à desservir les zones périurbaines de plus en plus étendues et de plus en plus requérantes de moyens de déplacement. Mais de l'autre, le covoiturage n'est jamais pensé comme moyen de déplacement indépendant. Pour certains auteurs il joue pour les transporteurs historiques un rôle purement d'apparat servant essentiellement à remplir les cahiers des charges des métropoles. En effet les collectivités territoriales ont commencé à intégrer dans leurs cahiers des charges, pour leurs appels d'offres, des actions de covoiturage urbain. Ce sont les positionnements politiques de chaque commune qui déterminent si le covoiturage apparaît comme optionnel ou essentiel. La plupart du temps les communes se positionnent entre les deux, il faut que le covoiturage soit inclus dans le cahier des charges mais ce n'est pas grave si la réalisation ne suit pas complètement les espérances. "Dans ces conditions, les propositions des transporteurs restent limitées à des systèmes légers de covoiturage numérique. Ils répondent ainsi à l'injonction au covoiturage de manière mesurée et estiment

⁷⁸ Delaunay, T., Baron, N. (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d'affaires ? », *Belgeo*

en définitive investir dans le covoiturage en premier lieu afin de mettre en avant de nouveaux modes de comportements et de nouvelles pratiques de mobilité⁷⁹.

III) Hypothèses de recherche et méthodologie

Le monde du covoiturage urbain est éminemment nouveau et source d'innovation technologique mais aussi normative comme vu dans le chapitre précédent. De cette innovation naît la crainte ou bien l'attente des chercheurs. Sans cadre comment se positionne t on ? Aussi, nous faisons l'hypothèse d'interroger les conséquences de la loi LOM trois ans après son application. Il faudra donc interroger comment s'allient et se positionnent ces acteurs dans la configuration des réseaux et des services de covoiturage sur le territoire français. Plus particulièrement, déterminer quelle forme et quelle couleur à cet objet dans l'esprit de chaque acteur vus plus haut. Déterminer cela, c'est définir des enjeux encore trop peu approfondis et permettre aux pouvoirs publics de voir plus clair dans les intentions de chacun et les aider à adopter un cadre normatif équilibré. C'est aussi découvrir la réponse aux souhaits de nombreux auteurs, savoir si la loi a permis l'émergence d'un leadership des pouvoirs publics. Selon les dernières études, il semble exister une distance entre les avancées législatives et normatives et la mise en application concrète du covoiturage urbain. Cette distance tient en plusieurs choses. Tout d'abord le caractère nouveau et la difficulté à déterminer à la fois la forme et la délimitation géographique d'une telle pratique. Cela accentué par les disparités territoriales du covoiturage urbain. De plus, bien que le législateur se soit emparé de cette question, des zones d'ombres existent encore concernant le mode de gouvernance de cette pratique et la confusion règne entre les intérêts publics et privés. Par ailleurs, la question du modèle économique sera également posée. Dans cette logique de repositionnement d'une mobilité qui n'a pas trouvé de modèle économique et donc n'est pas pleinement rémunérante la question de la motivation de chaque acteur s'est posée, notamment pour les pouvoirs publics et les transporteurs publics.

- **Méthodologie**

⁷⁹ Ibid Delaunay, T., Baron, N. (2019)

Nous avons choisi de mener nos entretiens dans le cadre des services de covoiturage de Rennes Métropoles. Nous avons contacté les services de covoiturage privés présents sur le territoire de Rennes mais qui ne dépendent pas directement des pouvoirs publics. Karos, Klaxit et Blabladaaily, ne nous ont pas répondu à l'heure où nous écrivons ces lignes.

Concernant les services qui dépendent de Rennes Métropole. Nous avons mené des entretiens semi-directifs auprès de la métropole de Rennes et de la responsable de service des Réseaux de Transport auprès de la direction de la mobilité et des Transports. Nous avons également interrogé la société Keolis France à travers la directrice des Mobilités Alternatives. Le troisième acteur interrogé est la société Ecov au travers de la responsable du service de covoiturage Star't. De cette manière l'ensemble des acteurs majeurs du covoiturage agrégés autour de la politique de Rennes Métropoles ont pu nous apporter leurs réponses. Cette méthodologie nous paraît logique étant donné le caractère innovant du covoiturage urbain comme nouvelle mobilité à appréhender. En effet, questionner les acteurs décisionnaires publics apparaît essentiel, compte tenu de la survie de cette mobilité uniquement grâce aux subventions publiques.

Ces entretiens devront déterminer l'implication exacte de chaque acteur et invalider ou non la perception qu'ils ont du covoiturage comme mode de transport à part entière ou seulement dans une logique de complémentarité des TC dans des zones où leur implantation est difficile. Les questionnaires sont différents entre les différents interrogés tout en gardant un tronc commun. Le but était de s'adapter à la nature différente de chacun de ses acteurs et d'avoir toute la souplesse possible pour approfondir des points surgissant durant la conversation. Nous confirmons également que les entretiens ont eu lieu sur plusieurs semaines.

Vous pourrez retrouver les questionnaires de ces entretiens ainsi que leurs retranscriptions en annexe de ce document.

IV) Résultats des entretiens

A) Positionnement et stratégie des acteurs

a. Le leadership par défaut des acteurs publics

La volonté de Rennes métropole d'associer le covoiturage aux options de mobilité de son territoire semble exister depuis longtemps et motivée par des enjeux de transition écologique et de mobilité décarbonée. De plus des motivations politiques supplémentaires des *“demandes fortes sur le territoire [...] de liaisons transversales de communes à communes, où il n'y a pas de potentiel⁸⁰”* se sont fait entendre. La motivation à faire du covoiturage une option semblait presser dans l'arène métropolitaine rennais. Mais elle n'est pas la seule. Avant de mener nos entretiens nous pensions que la métropole de Rennes avait développé ses propres services afin de garder un contrôle dessus. En effet la Loi LOM, donne à la discrétion des collectivités, la compétence de mobilité mais c'est une autre envergure qu'elle l'a utilisée, *“notamment par l'impact de la loi LOM, qui a clairement rappelé, enfin, qui a instauré la compétence des collectivités à défaut des initiatives privées”⁸¹*. Ce n'est point par envie mais par défaut que l'organe public a pris le leadership de cette mobilité. En effet, étant donné qu'aucune entreprise privée ne s'est suffisamment sur son territoire, la métropole a décidé de s'emparer du sujet. *“Donc étant donné que Rennes Métropole a la compétence mobilité, elle s'empare du sujet en l'absence d'initiative ou d'offre privé”⁸²*. Sauf que, désormais des initiatives privées se positionnent en parallèle des services publics. Cette multiplicité d'acteurs est une contrainte supérieure pour les usagers souhaitant s'impliquer dans le covoiturage courte distance. Nous proposons par la suite des solutions à ce problème.

Au-delà de notre exemple rennais, les pouvoirs publics s'investissent également au niveau étatique. Ecov nous confirme d'ailleurs qu'au *“niveau du ministère il y a des échanges avec*

⁸⁰ Entretien n°1

⁸¹ Entretien n°2

⁸² Entretien n°1

les différents opérateurs”⁸³. Au-delà d'être leader, les pouvoirs publics semblent jouer le rôle de médiateurs entre les différents opérateurs, en tout cas celui de modérateur d'échange.

b. Le repositionnement stratégique des acteurs du covoiturage courte distance

Keolis est impliqué depuis le début de la décennie 2010 dans le covoiturage notamment avec les régions. *“Et les contrats interurbains, nous amènent à travailler avec des clients qui souvent sont des régions”*⁸⁴. La première nécessité du covoiturage urbain était le développement de plateforme de mise en relation inter usager. Son implication de longue date lui a permis de développer avec son partenaire Instant system une plateforme numérique générique. Que l'on retrouve d'ailleurs sur les différents territoires où ils investissent le covoiturage urbain. Aujourd'hui les acteurs sont conscients de l'insuffisance des dispositifs mis en place au vu de l'évolution comportementale et sociétale que demande le covoiturage courte distance. *“Le changement des habitudes passe beaucoup plus par des animations que par des outils numériques”*⁸⁵. La pratique demande une métamorphose des modes d'implication des acteurs structurants actuels. Lorsque hier fleurissaient partout des solutions numériques, aujourd'hui les acteurs comprennent la nécessité de faire évoluer leurs positions devenu anachronique *“le numérique [...] j'ai envie de dire, c'est un outil mais c'est pas la base, c'est pas le socle. Le socle c'est l'offre, c'est la communication”*⁸⁶.

Lorsque Blablacar a trouvé le modèle du covoiturage longue distance, via des référentiels de confiance, les différents opérateurs de covoiturations se sont spécialisés pour continuer de survivre. Par exemple, l'entreprise Ecov a développé son système de ligne de covoiturage quand des sociétés comme Karos et Klaxit se sont positionnées très tôt sur le segment des entreprises. Ces spécialisations ont permis d'obtenir des compétences particulières que les opérateurs peuvent s'échanger dans le cadre de partenariats. Ainsi les entreprises qui se sont développées initialement sur un modèle économique voué à diffuser l'usage du covoiturage au sein des grandes entreprises se sont logiquement spécialisées dans l'animation sur site,

⁸³ Entretien n°3

⁸⁴ Entretien n°2

⁸⁵ Entretien n°2

⁸⁶ Entretien n°1

afin de convaincre directement les employés de ces structures. Elles ont “ *un atout pour l’animation pour aller dans les entreprises*”⁸⁷. Dans une autre dimension, nous pouvons prendre l’exemple de Keolis et Ecov qui se sont associés pour proposer la ligne de covoiturage Star’t à la métropole de Rennes. D’un côté Keolis bénéficiait de la compétence de ligne de covoiturage d’Ecov et cette dernière bénéficiait de la force de frappe d’une entreprise comme Keolis “*Ça apporte plus de force en termes de communication et de visibilité [...] on est dans des plus grosses machines, parce qu’on s’intègre dans un réseau dans l’ensemble de la métropole*”⁸⁸.

Dans la partie précédente nous avons repris les résultats de l’étude de Nacima Baron Teddy Delaunay⁸⁹, estimant que certaines entreprises privées ne désiraient pas s’accorder avec le pouvoirs publics préférant développer une stratégie entièrement dédiée au entreprise. Depuis le leadership affirmé des collectivités, il semblerait que ces stratégies aient évolué. On nous confie que “*leur modèle économique au départ c’était les entreprises dans les grands territoires [...] Il y a quelques années, c’était assez marrant, quasi simultanément ; Karos et Klaxit, ont créé leur produits [...] là ils se sont dit tiens il y a un mouvement qui s’opère, on ne peut plus tout simplement aller taper à la porte des entreprises. Les collectivités sont en train de prendre la compétence transport. Il faut nous aussi que l’on aille voir les collectivités et que l’on ait un produit avec eux*”⁹⁰. Les entreprises d’abord dédiées aux entreprises et qui ne voyait pas d’intérêt particulier à s’allier avec les collectivités, ont toutes désormais des programmes dédiés aux partenariats avec les collectivités. Nous pouvons citer l’exemple de Nantes qui s’est associé à Klaxit dans son réseau TAN. Même si les philosophies de chacun continuent de diverger “*on va quand même être orienté, commande publique et travail avec les collectivités alors que d’autre entreprises vont avoir des modèles beaucoup plus privés*”⁹¹.

En plus de la compétence de la mobilité associée aux collectivités, les modes de financements d’argent public ont fait évoluer les stratégies des acteurs privés. Face au constat que le covoiturage courte et moyenne distance pouvait exister grâce aux subventions publiques les

⁸⁷ Entretien n°2

⁸⁸ Entretien n°3

⁸⁹ Delaunay, T. , Baron. N, (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d’affaires ? », *Belgeo*

⁹⁰ Entretien n°2

⁹¹ Entretien n°3

entreprises privées se sont spécialisées dans les réponses aux appels d'offre ou des programmes de subventionnement public *“leur modèle a évolué. Ils ont des moyens qui leur permettent aussi ... d'annoncer aussi parce que les deux savent très bien identifier les programmes CEE”*⁹². Nous verrons plus loin dans quel mesure les phénomènes de financements public aident mais aussi limitent le déploiement de la pratique du covoiturage urbain

Pour l'instant, chaque territoire cherche son équilibre organisationnel. Le partenariat avec les acteurs privés chargés du développement opérationnel du covoiturage urbain est un choix important pour les collectivités. En effet, les territoires regroupent différents besoins relatifs au covoiturage courte distance. Ces différents besoins peuvent être réglés par des acteurs différents ayant des objectifs et des compétences particuliers. L'acteur public doit donc se positionner comme médiateur des offres de covoiturage en complémentarité sur son territoire. Au regard de nos recherches, cette complémentarité des offres doit pouvoir se conjuguer sous une même bannière pour sa promotion au citoyens et usagers, afin de garder un aspect unitaire et cohérent.

c. Le phénomène essentiel de territorialité

Nous ne pensions pas interroger ce point en créant nos grilles d'entretien. Cependant c'est un élément qui est revenu de manière quasi systématique en filigranes de nos différents échanges. De plus ce phénomène est intéressant car y répondre c'est questionner directement les problématiques organisationnelles auxquelles est confronté le covoiturage de courte distance.

Au départ, cette territorialité très forte est issue des phénomènes de conglomération des services locaux de covoiturage. Ils ont soit grossis pour exister au niveau national soit, ont été intégrés par d'autres opérateurs du même genre. Comme nous l'avons vu, leur existence les a amené à se spécialiser dans une compétence propre. Aujourd'hui ces opérateurs locaux se lient et se délient autour de projet particulier par le prisme essentiel de l'intérêt de leur

⁹² Entretien n°3

association sur un territoire ou non. De cette manière, il apparaît impossible pour le covoiturage de pouvoir bénéficier d'une solution générique sur les différents espaces de mobilité français. Cela montre une autre contrainte, au niveau organisationnelle cette fois-ci pour cette mobilité, à prendre en compte par les pouvoirs publics.

Lorsque les politiques nationales de transport et de déplacement développent une panoplie d'outils de la mobilité afin de changer les comportements de déplacement pour limiter la circulation automobile au nom de la « ville durable », il est difficile de comprendre la totalité des dispositifs nécessaires. Les solutions de mobilité ne sont pas universelles et ne peuvent être transposées à l'ensemble des territoires. Il n'existe pas « un » covoiturage mais bien plusieurs formes de covoiturage qui répondent à des territoires et des besoins différents. Ainsi on peut faire le constat *“si on ne fait pas quelque chose, du sur mesure pour un territoire ça ne marche pas”*⁹³.

La territorialité permet de questionner aussi les partenariats entre les entreprises privées selon le territoire et selon les stratégies des pouvoirs publics.

B) Un modèle économique de subvention à l'efficacité encore limitée

Suite à nos entretiens et les études sur ce sujet, il apparaît indéniable que le manque de modèle économique stable du covoiturage courte distance, conjugué au besoin de la prise en main des collectivités pour le déploiement de cette mobilité, questionne sur la viabilité de ce système. Nous verrons dans la prochaine partie quels sont ces dispositifs d'aides et dans quel mesure ils peuvent contribuer à la pérennité du covoiturage urbain en France.

a. L'impulsion du Forfait Mobilité Durable

Le Forfait Mobilité Durable est entré en vigueur le 10 mai 2020 afin d'encourager le recours à des transports plus propres pour les trajets domicile-travail. Pour les employés, il s'agit de la

⁹³ Entretien n°2

prise en charge facultative par leur employeur de tout ou partie des frais de transports personnels entre le domicile et le lieu de travail. Les moyens de transports concernés sont le vélo ou les engins de déplacement personnel motorisés des particuliers. Les transports en commun en dehors des frais d'abonnement ou la voiture dans le cadre du covoiturage ou de l'autopartage. Le dernier baromètre du forfait de mobilité durable datant de 2022 dresse une vision en demi-teinte pour la pratique du covoiturage. Le vélo et les VAE sortent grands gagnants de la mise en place de ce dispositif avec un taux de mobilisation par les employeurs de 96%. L'ouverture du forfait covoiturage est montée à 56% pour le covoiturage, un chiffre bien en deçà de celui du vélo et qu'il s'agit de relativiser selon les territoires. Même si le baromètre montre qu'il est plébiscité dans tous les types de territoires, aussi bien urbains que ruraux. Le covoiturage, quant à lui, fait davantage partie des modes éligibles au FMD chez les employeurs en zone rurale (74%) qu'en zone urbaine ou périurbaines (50%)⁹⁴. Les opérateurs interrogés prennent ce chiffre avec philosophie comprenant le travail qu'il reste à faire et que ce genre de dispositif permet au moins de faire la promotion du covoiturage par le biais d'incitatifs. *“ça sert à faire un petit bruit de fond, pour que les gens s'habituent même si les chiffres sont très bas”*⁹⁵.

Les directions sont de plus en plus enclines à développer ce genre de dispositif incitatif mais elles se heurtent toujours au problème de la preuve apportée par les employés.

b. Le Registre de Preuve du Covoiturage

Face à cette problématique et pour avoir accès à des données uniformisées sur le territoire national, le registre de preuve du covoiturage a été mis en place par le gouvernement. Dans un format de Startup d'État et porté par le Ministère chargé des Transports, le Registre de preuve de covoiturage aide les autorités organisatrices de la mobilité à inciter le covoiturage courte distance sur leurs territoires. Ce dispositif vient en écho à celui du Forfait de mobilité durable puisqu'il permet faciliter la distribution des incitations permises par le loi LOM, notamment financières, à travers une certification des trajets. Cependant ce torrent d'incitatif financier est centré sur la pratique du covoiturage urbain planifié qui selon Ecov ne convient pas à une efficacité pleine du covoiturage urbain. En effet, ces subventions servent les trajets de courtes distances planifiés qui ne sont pas pérennes dans le temps. Les études le montrent

⁹⁴ Baromètre Forfait Mobilité Durable 2022

⁹⁵ Entretien n°2

lorsque les subventions s'arrêtent, les usages aussi. Ici les avis divergent. Certains considèrent que le subventionnement n'est toujours pas considéré comme acquis *“la première étapes c'est de comprendre qu'il faut subventionné, le RPC a montré qu'en ile de france quand la subvention a arrêté et avant qu'elle ne reprenne y a une courbe assassine qui prend aussi la vague covid d'accord mais surtout lié à l'arrêt de la subvention”* en ayant conscience que le subventionnement ne fait pas tout *“le subventionnement peut aider. L'animation, moi je crois beaucoup plus à l'animation”*. Tandis que, dans un souci de projections, d'autres appellent à un changement du paradigme de financement *“Nous on pense aussi qu'il faut changer la manière dont fonctionnent les subventions. Qu'elles soient plus orientées vers les collectivités pour les aider à subventionner les services qui répondaient effectivement de leurs territoires”*⁹⁶. Cette capacité à prendre de la hauteur et de réfléchir au niveau d'un territoire, et non seulement sur une zone d'activité ou une classe d'utilisateur, permettrait de prendre en compte la complexité du covoiturage urbain comme mode de déplacements à part entière. Dans tous les cas, ces visions différentes mettent en lumière que selon le type d'organisation la temporalité d'action n'est pas symétrique. C'est à dire qu'une entreprise de grande taille aura besoin de plus de temps pour mettre en marche les processus nécessaires à un dispositif de covoiturage urbain, car sa production étant encore au stade expérimentale elle est en permanente innovation. Dans ce cas de figures, pour accompagner une innovation technique des systèmes internes d'organisation fluides et réactifs sont nécessaires. Ce qui est plus aisé dans des entreprises plus petites ou ayant une organisation start up et capable de répondre rapidement aux enjeux liés à l'expérimentation.

c. Les certificats d'économie d'énergie (CEE) : le dispositif LiCov

Les CEE ont été mis en place en 2006 suite à la volonté de maintenir les engagements de la France au protocole de Kyoto. Ce sont des dispositifs incitants à l'économie d'énergie. Ils sont présents dans l'ensemble des thématiques énergétiques. Financés par des entreprises privées vendeuses d'énergie, considérées comme polluantes, ils doivent accompagner financièrement les initiatives et innovations de l'enjeu climatique. A l'issue d'un appel à projets lancé par le Ministère de la Transition Écologique et Solidaire en avril 2018, l'entreprise Ecov et son programme LiCov ont été retenus dans le secteur des transports. Ce

⁹⁶ Entretien n°3

programme “*visé à industrialiser le déploiement de lignes de covoiturage en France*”⁹⁷. Au final c’est un système de subventionnement dont une vingtaine de territoires ont pu bénéficier dans la construction de leur service de covoiturage en ligne.

Il existe des limites à cette subvention. Le modèle subventionné profite de budget limité dans le temps que ce soient les subventions étatiques, privées ou encore européennes. De nombreuses innovations ou initiatives ont pu bénéficier de ces subventions mais cela s’est essoufflé. Ce genre de modèle est censé accompagner les actions en maturité durant quelques années, considérant que si cela ne marche pas dans les temps impartis c’est que le modèle n’est pas voué à exister. Dans le cas présent, le projet Licov initié en 2018 est voué à se terminer en décembre 2022. Cependant le covoiturage urbain ou courte distance nécessite un changement dans les habitudes de déplacements des individus. Nous le verrons plus loin dans notre travail, mais ce changement de comportement est contingenté par de nombreux dispositifs et acteurs humains organisationnels ou techniques. Plus encore, le changement de comportements modal est si ancré dans les habitudes des citoyens qu’il demande du temps et une vision éclaircie pour déterminer jusqu’où il doit aller. Le modèle de subvention centrée sur les usages risque de placer la focale sur des données non représentatives de la pratique, là où il devrait cerner plus en profondeur les enjeux sociétaux qu’il traîne avec lui. Etre capable de se décentrer du rapport comptable de l’instant demande un socle organisationnel plus défini des enjeux, capable de prendre de la hauteur sur une thématique qui demande une vision transversale des contraintes inhérentes à la mise en place d’une nouvelle mobilité. L’urgence médiatique autour des enjeux environnementaux risque d’étouffer l’émergence d’un modèle pratique du covoiturage urbain, étouffé entre rentabilité rapide et impatience de l’usage.

d. Les limites de la loi LOM : une ambition centrée sur la rémunération des conducteurs

Nous l’avons vu la loi LOM a bouleversé le régime du covoiturage urbain allant “jusqu’à sanctuariser l’indemnisation”⁹⁸.

⁹⁷ <https://licov.eu/>, site visité le 28/08/2022 à 13h24

⁹⁸ Entretien N°3

Cependant au-delà des limites énoncées plus haut, les critiques d'un cadre normatif pas assez ambitieux ont vu le jour lors de l'applicabilité opérationnelle des politiques publiques. Comme nous le verrons par la suite, le changement d'habitude modal implique que les conducteurs changent de place et aillent s'asseoir sur le siège voisin, celui du passager. C'est d'ailleurs ce changement qui est le plus difficile à accompagner. Aussi c'est face à ce constat que la métropole de Rennes aurait aimé favoriser les usages par la rémunération des covoitureurs non conducteurs : *“nos convictions les uns les autres, c'est de rémunérer les passagers [...] il y aurait une envie politique d'aller sur de l'incitatif pour recruter des passagers”*⁹⁹. Elle se dit freiner par le cadre normatif de la loi LOM trop rigide *“le cadre réglementaire de la LOM, interdit, n'autorise pas, en tout cas, la rémunération des passagers. On ne peut pas aller au-delà de la gratuité pour un passager. C'est écrit certainement maladroitement ou alors c'est vraiment volontaire”*¹⁰⁰.

Au final lorsque l'on prend en considération ces dispositifs d'aide et de subventions il apparaît qu'aucun n'est directement dédiée au covoiturage. Seul le RPC existe pour cette mobilité mais il joue plutôt le rôle de base de données chiffrées pour avoir une vision générale. Nous ne pouvons qu'être satisfait de cela. Cependant nous considérons aussi que le problème de gestion du covoiturage nécessite une instance générale décisionnaire et concertative. Nous avons souligné la territorialité de cette mobilité et du rôle important du choix des acteurs publics dans leur partenariat et accords avec les opérateurs privés du secteur. Face à ce constat deux choses surgissent. La nécessité de création d'un référentiel commun des capacités et compétences présentes sur l'ensemble du territoire national et européen, afin de favoriser la cohérence et la justesse des décisions publiques. Cette nécessité de transparence, essentielle à l'action publique, devrait être suivie d'un accompagnement des collectivités dans leur choix par l'organe chargé de la cohérence des actions. Aujourd'hui ce sont les collectivités qui expérimentent, les conditions d'un programme de covoiturage courte distance solide. Comme nous allons le voir dans la partie suivante, la majorité des acteurs interrogés font remonter la nécessité d'une animation des services.

⁹⁹ Entretien n°1

¹⁰⁰ Entretien n°1

C) La nécessité consciente et partagée d'une animation des services

a. L'animation : une solution consacrée par l'étude de l'ADEME

Pour imaginer notre propos nous nous baserons ici sur le rapport de l'ADEME de 2017 sur le covoiturage courte et moyenne distance, afin de montrer que la notion d'animation a une vocation dépassant les frontières de notre champ d'entretien. C'est un élément fréquemment relayé derrière des actions plus opérationnelles, telles que la mise en place de plateformes de covoiturage ou par exemple d'aménagement de place de parking sur entreprises. Il existe de nombreux types d'animations dont on ne pourrait faire une liste exhaustive et totalement incontournable. Cependant l'animation sur le lieu de travail en l'entreprise constitue l'animation à destination directe la plus favorisée. Nous l'avons vu plus haut, elle fait même partie des stratégies particulières d'entreprises privées. Cette animation peut être effectuée par une association, un animateur dédié, un animateur chargé d'un PDE ou d'un Plan de Déplacement Inter-Entreprises (PDIE), il n'y a pas de définition propre à cet agent. Nous pouvons reprendre l'exemple de l'association Covoiturage+, à l'époque des faits, désormais Ehop, à Rennes, qui a mesuré qu'à l'issue d'une animation collective, 3 % seulement des salariés s'inscrivent comme covoitureurs potentiels mais ce taux grimpe à 50 % à l'issue d'animations individuelles. Nous pouvons aussi citer l'animation via de l'événementiel, via l'organisation de stands grand public, les participations à des forums, via la distribution de dépliants sur des points de congestion. Ou via n'importe quel canal de communication possible avec les citoyens ou les structures. Bref, une définition regroupant de nombreuses choses.

Sur ce sujet le rapport de l'ADEME est formel, le développement du covoiturage pour les déplacements domicile-travail ne peut s'envisager qu'avec une implication des employeurs. Mettre en place une phase de mobilisation conditionne la réussite du plan d'actions et un développement significatif de la pratique du covoiturage.¹⁰¹ C'est ainsi que la majorité des acteurs aujourd'hui choisissent d'imposer des campagnes de mobilisation des entreprises et des zones d'activités à forte densité de salariés. Un autre moyen est d'engager des zones déjà engagées dans un PDE, PDA ou PDIE .

¹⁰¹ ADEME 2017

b. L'animation comme moteur au changement de comportement

Les personnes que nous avons interrogées se retrouvent sur deux points en recoupant nos entretiens. Tout d'abord, et en écho avec le rapport de l'ADEME, elles concèdent qu'il y a *“besoin d'animation, de communication”*¹⁰². Ensuite l'animation est perçue comme un accompagnement des individus individuelles ou collectif vers un changement de comportement modal *“on a tous bien conscience que l'animation est clé et que l'on est sur du psychologique, sur du changement des comportements”*¹⁰³

Ce changement est lié à l'investissement de temps, essentiellement humain afin de connecter les gens entre eux mais aussi avec les outils de covoiturage à disposition, afin de mettre en confiance *“Il faut convaincre, accompagner, les personnes pour faire ce changement de pratique[...]il y a besoin sur le covoiturage plus qu'ailleurs encore bah de rassurer [...] besoin de mettre les gens en relation, de les motiver, de les rassurer et de leur montrer que ça peut fonctionner aussi”*¹⁰⁴.

Cependant au delà de ces représentations communes des divergents interrogés sur la notion même d'animation et comment ce concept décante celui de médiation de manière plus générale.

c. Une notion polymorphe à préciser selon les environnements

Lorsque la métropole de Rennes évoque le changement de comportement animé par un accompagnement humain, comme vu plus haut, elle s'empresse d'ajouter *“Humaniser aussi quelque part le service. Par des forums. Des soirées. Pour créer un peu cette notion de communauté”*¹⁰⁵. Or, même si on peut aisément comprendre le sens de la phrase, ce ne sont pas les mêmes actions, en tout la confusion de ces deux actions n'est pas directement logique

¹⁰² Entretien n°3

¹⁰³ Entretien n°2

¹⁰⁴ Entretien n°1

¹⁰⁵ Entretien n°1

lorsque l'on creuse la question de la médiation tierce. Le but de notre travail est de questionner la possibilité l'utilité d'un tiers médiateur dans l'organisation et la mise en pratique du covoiturage urbain. Notre hypothèse à pour socle des initiatives et des expérimentation existante, prenantes l'exemple de Ecov qui associe à chacune de ces lignes de covoiturage un "animateur et développeur de communauté", comprenez une personne en charge de la relation client dans un prisme de collectif et de trouver des partenaires potentiels dans les structures publiques ou privées. En plus de la capacité à accompagner le changement de comportement, chaque personne interrogée a associé à l'animation une vision particulière, qui se recouperait certainement si on creusait la question individuellement, mais qui démontre une focale différente placée sur le rôle de l'animation. Pour certains l'animation est plus dédiée à un rôle de communication et à faire connaître les services dans les entreprises, pour d'autres elle doit aussi communiquer auprès des usagers et en interne de son organisation, si ce n'est tout à la fois

De plus, cette question de l'animation est mise en parallèle de l'aspect numérique des services de covoiturage urbain. Dans un équilibre entre l'humain et la machine. Or, l'espace numérique des plateformes de mises en relations à tous aussi besoin d'animation que le reste. Il convient de repousser ces frontières artificielles par l'approfondissement de ce que nous définissons dans cette notion par le prisme du covoiturage urbain. Ainsi nous pourrions avoir une vision claire sur l'influence d'un tiers médiateur.

L'animation regroupe de nombreuses définitions que nous préciserons dans la suite de notre travail car ses rôles et ses missions diffèrent selon l'environnement où elle se trouve. Nous considérons que ces précisions ne peuvent que fluidifier un système de médiation encore nouveau et expérimental, situé entre les rapport humains, sociaux, organisationnels et techniques.

D) Conclusion de l'étude

La pratique souffre d'une précipitation ancienne, celle des collectivités de vouloir trop rapidement ajouter le covoiturage à leur éventail de mobilité. En reprenant l'exemple de la métropole de Rennes, l'entreprise Keolis a mis à disposition un outil générique de mise en relation pour répondre rapidement aux demandes des acteurs publics qui ne prenait pas en considération les particularités territoriales essentielles dans les politiques de déplacements. Aujourd'hui que les expérimentations ont pris en maturité il convient désormais d'apprendre des essais passés. C'est pourquoi nous pensons que les territoires devraient avoir à disposition un organisme de conseil étatique les guidant vers les choix adéquats à leurs situations. En effet, au vu des particularités des territoires et des acteurs un tiers médiateurs capables de comprendre chaque partie devrait favoriser un un déploiement transparent et effectif du covoiturage courte distance. Il faut éviter la précipitation politique d'aller vers le covoiturage quoi qu'il en coûte et sans pouvoir lui donner une énergie pérenne. *“Je dirais qu'il y a un buzz inversement proportionnel à la pratique réelle on va dire. Parce que ça fait partie d'une thématique visible dont on aime parler et qui est presque une obligation en termes politique quoi”*¹⁰⁶.

Aujourd'hui le covoiturage est entre deux temps. Il profite toujours de son caractère expérimental, qui commence à se préciser, sans pour autant avoir trouver son identité finale. Il ne bénéficie toujours pas d'un modèle économique lui donnant une autonomie et est donc tributaire des pouvoirs publics, ayant la compétence de mobilité. Ce leadership par défaut a forcé les autres acteurs du covoiturage à revoir leur positionnement, notamment par des partenariats et partages de compétence pour satisfaire les besoins particuliers des collectivités et de leurs territoires. Cependant, une des thèses de ce travail est de montrer que le besoin de transparence de la pratique du covoiturage ne se situe pas uniquement aux niveaux décisionnel et organisationnel. En effet, en accord avec la théorie de l'acteur réseau, il convient de prendre en considération les éléments techniques, ou actant, dans les systèmes de covoiturage de courte distance.

¹⁰⁶ Entretien n°2

Chapitre 2 : La prise en compte des “points de passage” du covoiturage. Entre véhicule, téléphone portable et infrastructures routières

Dans ce chapitre, nous arrêtons notre pensée sur les “points de passage” du covoiturage urbain que nous avons identifiés dans notre processus de problématisation. Au-delà, d’une simple évocation il s’agira de saisir leur valeur réelle, vue au travers du prisme du covoiturage. Nous les traitons de manière générale comme dispositif complexe, issus de l’association d’autres dispositifs et nous nous attarderons sur des points plus précis de chacun, en temps voulu. Il est nécessaire de noter, que chacun est un acteur médiateur dans la réalisation de trajets covoiturés mais qu’ils n’adoptent pas la même posture selon qu’ils s’accordent avec des usagers ou un service.

Ce chapitre repose sur une approche théorique de la nature de ces trois objets afin de rendre compte de pratiques expérimentées. Nous essayons de voir par la suite comment des solutions de médiations peuvent être imaginées, toujours dans l’optique d’un développement de la pratique du covoiturage. La première partie aborde le véhicule automobile comme actant entretenant une relation directe avec l’usager et pensons comment théoriser l’automobile comme espace médiateur dédié à la socialisation (I). Dans un deuxième temps nous considérons le téléphone comme artefact informationnelle, au service d’une communication transversale entre l’usager, le médiateur et le service (II). Cela nous permettra de découvrir un deuxième rôle au médiateur tiers, celui de compilateur, capable de recueillir les informations des usagers pour permettre au service d’innover. Enfin, nous verrons comment l’espace public est mis à profit pour développer l’usage du covoiturage notamment grâce à sa promotion dans l’espace public (III).

I) Favoriser l'automobile comme espace médiateur dédié à la socialisation

A) La vision traditionnelle des modes de transports collectif vus comme "non lieux"

La notion de non-lieu renvoie à un endroit où l'on n'habite pas, où l'on passe, dans lequel l'individu demeure anonyme et solitaire. C'est un espace interchangeable où l'être humain reste anonyme. Marc Augé forge ce concept en considérant que la surabondance spatiale permise par les modes de déplacements rapides, associée au fait que chacun ait accès aux images du monde sans se déplacer, produit un excès d'images qui porte atteinte à la nécessaire constitution d'un imaginaire collectif¹⁰⁷. Cela a entraîné une individualisation des références, c'est-à-dire la volonté de chacun d'interpréter par lui-même les informations dont il dispose en ne se reposant plus sur des références collectives¹⁰⁸. Il s'agit par exemple des moyens de transport en commun ou des grandes chaînes hôtelières. L'homme ne s'approprie pas ces espaces et entretient avec eux, une pure relation de consommation. Au contraire des lieux où l'activité symbolique entraîne la fabrication d'identité, comme l'école ou le lieu de travail, les non-lieux ne favorisent pas la création de significations communes et sont déficients à établir des liens et des médiations entre individus atomisés¹⁰⁹.

Les transports en communs traditionnels sont un parfait exemple de non-lieux au sens de Marc Augé. Ils sont souvent peuplés de créateurs de liens sociaux et les usagers sont sans cesse tournés vers l'extérieur de ce lieu, espace vide dédié au transit, soit spatial soit numérique. Nous considérons que le covoiturage se distingue des transports en commun sur ce point, dans un mouvement contraire, en étant un espace créateur de lien social. Nous faisons également l'hypothèse que par habitude, les individus ont associé à la notion de transport celle d'une faible création ou interaction sociale, ce qui crée un paradoxe et donc une crainte pour l'utilisateur. Cette hypothèse, qui mérite d'être creusée, ne sera pas abordée dans ce travail.

¹⁰⁷ Marc, A. (1992) *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris, Le Seuil

¹⁰⁸ Ibid Marc, A. (1992)

¹⁰⁹ Colleyn, J-P., Dozon, J-P., (2008) « Lieux et non-lieux de Marc Augé », *L'Homme*, 185-186

En effet, il faudrait mener une enquête auprès d'usagers des transports publics afin de premièrement valider cette assertion. Puis dans un second temps, confronter leur réaction sociale dans le cadre d'un trajet covoiturage et dans le cadre d'un déplacement en transport en commun. La création d'un panel représentatif, la direction de nombreux entretiens couplés au manque de temps nous ont empêché de mener à terme cette problématique.

En accord avec Lisa Créno, nous proposons de considérer la voiture covoiturant comme un lieu semi public, fortement vecteur de socialisation. Cette socialisation est à la fois une force et une faiblesse pour la pratique. C'est ici que devra intervenir notre hypothèse principale de nécessaire médiation à la fois entre les usagers et l'objet mais aussi, comme nous le verrons dans la chapitre suivant, comment cette création socialisante peut avoir un effet positif, grâce à la routinisation de la confiance interpersonnelle dans le cadre du covoiturage pendulaire.

B) L'automobile partagée, un espace semi-public créateur de lien social

Il convient de rappeler que le véhicule est souvent le premier point de repère entre les usagers. Lors de l'inscription à une plateforme de covoiturage, les usagers conducteurs, au moment de déposer leurs trajets sont invités à indiquer une description de leur véhicule, cela peut être une obligation pour certains opérateurs. Une étude menée par Blablacar et la Maif en 2009 faisait du choix du véhicule lors d'une demande de covoiturage un indice sensible pouvant influencer la décision de l'utilisateur faisant la requête.

L'interaction interpersonnelle est de règle générale admise comme un espace de collaboration et de co-construction, amplifié cette fois-ci dans le covoiturage. Nous avons admis, en accord avec la théorie de l'acteur réseau, que deux entités participent à la création d'un réseau, à la suite de controverses ayant abouties à un consensus ou non. Nous pouvons ajouter un niveau d'analyse supplémentaire sur ce qu'implique comme controverse les connexions et relations entre usagers. Selon Ladmiral et Lipiansky¹¹⁰, la communication est un processus

¹¹⁰ Ladmiral, J.R. & Lipiansky, E.M. (1989). La communication interculturelle. Paris, Armand Colin, 318 p

d'identification entre plusieurs personnes, c'est-à-dire qu'il consiste en une identification de ce qui existe en commun ou au contraire de ce qui est différent, c'est une mise en correspondance des identités en présence. Posez la question du prénom ou de la situation d'une personne c'est dévoiler son identité et donc transformer l'inconnu en familier. Ce processus de dévoilement prend encore plus sens lorsqu'on considère faire entrer une personne dans un lieu semi-privé comme la voiture d'un covoiturage.

La science de la conversation théorise ces interactions sous la forme de négociations d'identité. Nous nous baserons sur la notion de négociation, dans la thématique de la conversation, définie par Baker comme « le but coopératif adopté par des interlocuteurs qui cherchent à conclure un accord sur un ensemble non-spécifié d'enjeux, qui utilisent pour ce faire le même ensemble de stratégies délimitées, et possèdent la même marge de manœuvre et la même volonté de négocier ces enjeux »¹¹¹. La réussite de ces négociations contribue à co-construire ou à renforcer le contexte commun pour le trajet partagé des usagers. Nous concevons dans la négociation conversationnel entre covoitureurs, la prise en compte de phénomènes de traduction et de controverse dépassant le langage et résidant dans les postures ou tout autres mouvements corporels. Ces phénomènes nourrissent comme nous avons pu le dire plus haut le sentiment d'appréhension entre individus. Dès lors, il nous paraît important de créer, sous la forme d'un supra réseau un référentiel commun de règles dédiées à la réduction de la complexité par les acteurs-traducteurs. En reprenant la méthodologie de la théorie de l'acteur réseaux donnée par Latour, cela revient à la production « d'intermédiaire »¹¹².

En effet, comme le souligne Goffman, les moments de première interaction, de première rencontre, de première ouverture interactionnelle sont précieux pour afficher sa volonté d'engagement envers l'autre, les ajustements mutuels et le bon déroulement de la conversation¹¹³.

Dans le cas du covoiturage la socialisation éphémère implique une mise en correspondance des identités des individus mais avec des limites et des repères sociaux préétablis pour les

¹¹¹ Baker, M.J. (1994). A Model for Negotiation in Teaching-Learning Dialogues. *Journal of Artificial Intelligence in Education*, 5(2), 199-254

¹¹² Bruno, L. (2006) *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, « Armillaire »,

¹¹³ Goffman, E. (1974). *Les rites d'interaction*. Paris : Les Editions de Minuit

relations naissantes. Les conversations sont construites autour de « lieux communs ». Nous avons déjà tous fait l'expérience de parler de la météo, d'actualité peu fertile à la controverse ou du paysage. Ainsi l'interaction peut se déployer sans risque important.

Le covoiturage, notamment pendulaire, peut aussi impliquer une socialisation plus profonde dans des cas de couple de covoiturage qui se forgent dans la pratique pendulaire ou régulière. Cependant nous aborderons plus en profondeur ce point dans le chapitre suivant, utilisant le biais plus pertinent de la construction de la confiance interpersonnelle entre deux usagers.

En effet, malgré les ajustements à l'autre et la négociation de consensus, tout en prenant en compte les capacités d'anticipation et l'intelligence sociale relative des individus, il est difficile de trouver un consensus lorsque autant d'objets et d'acteurs sont mis dans la balance. Le référentiel commun correspond à l'élaboration, par les membres d'un groupe, d'une représentation commune adaptée à la réalisation d'une tâche. Il se définit par son caractère fonctionnel, c'est à dire orienté vers l'action pour laquelle il est présent, ne retenant de la situation que les éléments utiles à cette action collective¹¹⁴ ». Le référentiel commun a donc un caractère pragmatique, il ne s'encombre pas non plus d'informations non pertinentes et perd, au fur et à mesure de son évolution, de sa dimension exhaustive pour devenir rapidement une entité autonome, dynamique, nourrie par les membres du groupe, en d'autre terme son processus de construction a pour logique la réduction de la complexité de la rencontre. Un référentiel commun érige des règles en « porte parole »¹¹⁵ de l'ANT, permettant la prise de parole et donc l'échange.

Ainsi au regard du covoiturage. Le service doit être capable de créer ce référentiel, à la fois cadre sécurisant et terreau potentiel à des moments d'interactions entre les covoitureurs.

Nous pouvons donner l'exemple d'une campagne menée par l'opérateur privée Karos. Cette campagne, sous la forme d'un questionnaire envoyé par mail visait à ce que les usagers formulent les styles de musiques ou de radio qu'ils préfèrent écouter en voiture afin de pouvoir lancer une discussion autour de cette thématique. Nous ne savons pas ce qu'a donné cette initiative mais nous la trouvons intéressante dans le sens profond qu'elle porte. Les

¹¹⁴ Leplat, J. (1997). *Regards sur l'activité en situation de travail*. Paris: Presses Universitaires de France

¹¹⁵ Bruno, L. (2006) *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, « Armillaire »,

opérateurs ont bien compris que le covoiturage portait en lui une part socialisante prononcée qu'il convient médié entre les usagers pour atteindre le plus d'individus possible.

En effet, comme le souligne Goffman, les moments de première interaction, de première rencontre, de première ouverture interactionnelle sont précieux pour afficher sa volonté d'engagement envers l'autre, les ajustements mutuels et le bon déroulement de la conversation.

Il est toujours difficile d'entrer dans un espace privé pour organiser les interactions. Cependant nous faisons l'hypothèse d'un supra réseau, constitué autour d'un référentiel commun, cadre du lien social. Toutefois nous sommes conscient du caractère insuffisant de ce concept pour parvenir à une communication interpersonnelle suffisante pour l'augmentation de l'usage du covoiturage. Cette solution est la première phase pour permettre une médiation à la confiance interpersonnelle que nous abordons dans le chapitre 3.

II) Le téléphone, artefact informationnel, au service d'une communication transversale : usager-médiateur-organisation

A) Le téléphone mobile, artefact informationnel

L'artefact est un outil conceptuel qui permet de mieux saisir les objets et surtout de prendre une distance salutaire avec des notions encombrantes comme signe ou image

Envisager tout artefact comme un objet du faire permet de mettre en valeur ses dimensions pragmatiques et la richesse des problématiques — notamment communicationnelles lorsque l'on souhaite en interroger les productions, les pratiques et les usages qui s'engagent du fait de sa position centrale dans les relations entre l'homme et ses environnements¹¹⁶

¹¹⁶ Quinton, P., (2007) « L'artefact : un objet du faire » , Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°08/2,

Un artefact est ce qui concerne le processus de création humaine de manière générale. La majorité des auteurs s'accordent sur cinq critères pour déterminer l'artefact :

- c'est quelque chose créé artificiellement
- cela résulte directement ou indirectement d'une action humaine
- cela désigne une entité issue d'un processus de production
- cela engage une relation (entre l'entité concernée et l'homme)
- l'artefact dépend d'un contexte.

Ainsi l'artefact nous apparaît comme objet multifacette, regroupant plusieurs choses en une. C'est donc le résultat d'une action de production et un moyen d'action à la manière d'un outil ou d'un instrument. Cependant ce qui nous intéresse le peut être le plus, c'est sa capacité à être le support de pratiques de médiation et de médiatisation. L'artefact se dissocie de l'objet matériel, évalué sur son aspect de performance technique, en résultant d'un historique et de constructions sociales complexes. Finalement, dans notre cas, l'artefact prend tout son sens dans son rôle communicationnel en étant le produit d'un travail entre acteurs, contextes, systèmes. La capacité concrète de l'artefact est sa capacité de faire surgir "le faire", car il condense les discours et enjeux de leur époque¹¹⁷, le téléphone en est le parfait exemple. Il convient de noter que "ce faire" cher à Philippe Quinton ne se limite pas aux aspects matériels d'une fabrication technique, mais s'apparente bien à la création d'un fait social, porté par le réseau. L'artefact devient alors produit vecteur de supports de communication.

Dès lors, l'artefact informationnel peut être décrit comme un objet communicationnel c'est-à-dire un dispositif qui induit des possibilités de communication pratique¹¹⁸. Dans le cas du covoiturage courte distance, le téléphone portable regroupe de nombreux usages : la mise en relation par une plateforme, l'accessibilité au numéro portable de l'autre usager ou via un système de chat intégrées pour régler les disposition du trajet. De plus, dans le cas du covoiturage dynamique, les usagers ont besoin que leur téléphone ait sa géolocalisation activée pour que les logiciels puissent les situer sur une carte et les rendre visibles aux autres usagers. C'est en pensant au téléphone comme artefact que le médiateur tiers peut influencer sur l'usage par les utilisateurs. A la fois en reliant l'utilisateur à l'objet technique mais aussi en accompagnant la communication entre plusieurs usagers.

¹¹⁷ Quinton, *ibid*

¹¹⁸ Proulx, S. (2006) Pour comprendre l'usage des objets communicationnels, (re)penser le constructivisme Signe, culture et lien social à l'ère des réseaux, Degrés, no. 126-127, Bruxelles, p. B1-B18

B) Le médiateur : compilateur des comportement usagers, l'innovation de la pratique numérique

La théorie de l'acteur-réseau peut être comprise par de multiples entrées. En utilisant sa méthodologie sur les sciences de l'innovation les chercheurs ont découvert progressivement le rôle important joué par les usagers dans le processus d'innovation et dans la conception même des objets techniques¹¹⁹. Les avancées en matière de sociologie de l'usage ont mis en lumière comment se met en place la coordination entre la conception et l'utilisation durant le processus de construction. C'est un véritable enchevêtrement qui s'est tissé entre les représentations des concepteurs et les représentations des utilisateurs, la construction de l'objet technique évolue à la manière d'un échange de ping pong entre concepteurs et usagers. Dans certains cas, des chercheurs ont insisté sur le fait que les concepteurs sont virtuellement les premiers utilisateurs des artefacts qu'ils construisent¹²⁰. Les usages des utilisateurs deviennent partie du processus d'innovation. De cette manière l'usage de l'objet technique devient actant à part entière de la chaîne innovante. Par ailleurs, l'expérience nous a permis de constater qu'une fois l'objet technique terminé et l'étape de commercialisation lancée, les pratiques effectives des usagers ne coïncident jamais entièrement avec les usages imaginés par les concepteurs. C'est dans ce sens que nous rejoignons Serge Proulx quand il considère comme "pertinent pour les concepteurs des objets techniques de prendre en compte dès le moment de leurs premières définitions de la fonction de l'objet technique qu'ils retiendront, les pratiques effectives, les perceptions et les suggestions de modification du prototype formulées par les premiers utilisateurs"¹²¹. Dans le cas du covoiturage courte distance nous considérons la nécessité d'aller même plus loin et de mettre en place au sein des services des processus de veille auprès des usagers pour continuellement innover. C'est dans ce cadre que l'acteur médiateur qui constitue notre fil rouge prend une nouvelle mesure, celle de recueil et compilateur des comportements usagers.

¹¹⁹ Akrich, M (1998), « Les utilisateurs, acteurs de l'innovation », Éducation Permanente, Paris, no. 134, p. 79-89

¹²⁰ Bardini, T., Horvath, A. T. (1995), "The Social Construction of the Personal Computer User: The Rise and Fall of the Reflexive User", *Journal of Communication*, 45(3), p. 40-65

¹²¹ S. Proulx (2006) Pour comprendre l'usage des objets communicationnels, (re)penser le constructivisme Signe, culture et lien social à l'ère des réseaux, Degrés, no. 126-127, Bruxelles, p. B1-B18

Trois manières d’agir nous semblent intéressantes et complémentaires. La première, qui est sûrement la plus simple et la plus répandue, est la mise en place de système de service client. Ici, les plateformes de mise en relation comprennent un moyen de contact avec le service opérateur afin d’apporter ses recommandations. De plus, au-delà d’un simple contact l’usager doit être enjoint par divers supports communicationnels à donner son avis et rendre visible sa prise en compte. Au-delà, d’un apport technique à la chaîne innovante cela peut renforcer l’attachement au service par la mise en action d’une co-construction.

Dans un second temps, la plupart des opérateurs de covoiturage de manière générale mettent en place des processus de recueil actif, dans le sens où l’on demande l’avis des usagers sur des fonctionnements des outils. Cela peut prendre la forme de formulaire à remplir via mailing ou des questions lors d’enquêtes de satisfaction lors de l’ajout de nouvelles fonctionnalités expérimentales. Nous pouvons ici, prendre un exemple pour incarner notre propos. En juillet dernier le service de ligne de covoiturage Star’t, pour la métropole de Rennes, a mené l’expérimentation, durant un mois, d’une nouvelle fonctionnalité associée au. Il été proposé aux usagers du service d’essayer une fonctionnalité permettant aux passagers covoitureurs d’annoncer à l’avance, l’heure et l’endroit, où ils souhaitaient être pris en charge par des conducteurs susceptibles de les croiser au même moment. En plus du modèle d’expérimentation mis en œuvre, une campagne de recueil des sentiments des usagers a suivi, notamment sur l’existence de bug technique ou bien. Le recueil s’est fait via formulaire en ligne.

Nous pouvons également évoquer une connaissance des comportements usagers via les bases de données numériques.

La troisième méthode de compilation des retour usagers n’est pas une relation simplement actée comme celle d’un recueil de données ou d’impression. Elle vient en écho à une notion que nous explorerons plus en amont, celle de la création de “communauté” de covoitureur. Ici, les usagers covoitureurs sont amenés à se rencontrer autour d’une figure incarnant le service, en dehors de l’espace automobile. Si c’est comme ça qu’est pensée le système au départ, on se rend compte que pour les usagers c’est également un moyen de faire leur retour d’expérience et d’être rassuré sans passer par une communication numérique. Ainsi ces

rencontres souvent réelles amènent les usagers à se confier d'une manière moins cadré que dans un formulaire par exemple.

C) Les méthodes de médiation communicationnelle entre usagers

a) Les mises en relation téléphoniques

La question du covoiturage pendulaire sans téléphone ou plutôt sans téléphone avec accès internet est une question qui est légitime à se poser. Nous n'avons pas cité dans les freins au covoiturage la possible fracture numérique de population ou de territoire, car selon nous ce n'est pas un frein directement lié à cette pratique. Il est indéniable que les plateformes existantes sont presque toutes basées sur une mise en relation purement numérique.

Un service d'accueil téléphonique est souvent associé pour assister les usagers s'ils rencontrent des difficultés pour utiliser le site, c'est-à-dire pour accompagner dans l'utilisation du numérique plutôt que dans la pratique du covoiturage elle-même. Cependant, nous connaissons l'adage "à toute règle son exception". Ainsi nous pouvons souligner deux initiatives. Pour son service de covoiturage régulier, le territoire de l'Arc Jurassien¹²² s'appuie bien sur un outil logiciel, mais privilégiant l'interface téléphonique avec l'utilisateur, dans un système mixte où le rapport sans numérique est privilégié dans le modus operandi :

- la personne intéressée s'inscrit en ligne ou par téléphone, en indiquant ses coordonnées, son entreprise et éventuellement ses jours et heures de travail
- elle est appelée par un opérateur qui se charge de lui trouver un covoitureur et de la mettre en relation avec son covoitureur potentiel ;
- Quelque temps après cette mise en contact, la personne sera rappelée pour savoir si le covoitureur proposé a convenu, et le cas échéant, trouver un autre partenaire de covoiturage.

Le rapport de 2018 de L'ADEME présente le doublement de la pratique du covoiturage en cinq ans sur ce territoire, des résultats prometteurs.

Sur le territoire de Rennes, l'association Ehop, dans le cadre de sa mission de covoiturage solidaire présente une solution assez similaire, reposant sur un accueil téléphonique servant

¹²² ADEME, 2018

de point de relais pour la mise en relation d'usagers. Les opérateurs recherchent pour la personne un covoitureur, s'étant précédemment inscrit comme volontaire, et mettent en relation un couple de covoitureurs.

b) Les mises en relation numériques

Néanmoins, dans une problématisation visant à maximiser le déploiement de la pratique du covoiturage sur le territoire national français les plateformes de mise en relation numériques sont indéniablement essentielles. Ainsi nous allons poursuivre avec un rapide tour d'horizon des méthodes utilisées par les opérateurs pour fluidifier la communication entre usagers, via plateforme numérique

Certains services de mise en relation intègre un live chat directement, dans leur plateforme numérique, ici il est possible de dialoguer directement avec quelqu'un du service ou les covoitureurs avec lesquels nous avons été mis en relation. Dans le cas du chat auprès du représentant du service, l'application Karos semble être celle ayant le plus développé cette fonctionnalité. Les usagers sont avertis de la réception de messages par notifications.

D) La solution ultra connectée du covoiturage dynamique

Nous avons déjà évoqué la pratique du covoiturage dynamique dans notre introduction pour révélée la difficulté à définir le covoiturage de courte distance. En évitant de nous répéter nous nous focaliserons ici sur la place du numérique pour nourrir notre propos.

Le principe du covoiturage dynamique est de fournir une offre en quasi-temps réel par échange rapide d'informations entre des passagers potentiels et des conducteurs.

Le modèle du covoiturage dynamique que nous allons donner reste assez général mais synthétise correctement les caractéristiques essentielles. Tout fonctionne via un échange incessant entre conducteur et passager médié par un service numérique.

- Le conducteur informe le service via une application de son Smartphone qu'il offre un trajet en tant que conducteur ;

- il indique son heure et son point de départ, sa destination ainsi que le nombre de passagers qu'il peut accueillir dans son véhicule ;
- De son côté, le passager indique son départ. qui demande à effectuer un itinéraire en covoiturage contacte le service via la même application pour indiquer sa demande en indiquant;
- Le service cherche un conducteur présent sur dont l'itinéraire correspond à celui demandé. Le service met en relation conducteur et passager. Les deux covoitureurs fixent leur point de rendez-vous et en utilisant le géopositionnement par satellite de leur téléphone.

Nous pouvons approfondir nos informations en rappelant qu'en 2013, le CERTU a établi une catégorisation des différents niveaux de dynamisme des services,

- le portage du site internet sur une application mobile pour Smartphone
- l'implémentation de la fonction de géolocalisation pour la détection automatique du lieu de départ du passager
- Géolocalisation en temps réel des covoitureurs et covoiturés inscrits et connectés au service, grâce aux systèmes GPS implantés dans les Smartphones
- Traitements dynamiques des offres et demandes de covoiturage envoyées depuis Smartphone gérés depuis le serveur de covoiturage

Ce type de pratique se nourrit intensément de l'innovation apportée par ses usagers. Pour l'imager, nous pouvons reprendre l'exemple cité plus haut de la ligne de covoiturage Star't qui fonctionne sur les principes du covoiturage dynamique et de l'épisode d'expérimentation de sa nouvelle fonctionnalité. Comme nous l'avons vu en retraçant le parcours typique de cette pratique, chaque action passe par le téléphone des covoitureurs, utilisant à la fois la plateforme pour être mis en relation, puis le système de GPS qui détermine quels itinéraires peuvent correspondre. Le GPS sert à nouveau pour fixer le point de rencontre.

Ainsi on peut imaginer, dans un futur proche, que les applications de GPS soient directement associées à des services de covoiturage dynamique et que les conducteurs soient directement prévenus via leur application gps.

Nous avons vu que les plateformes de mise en relation de covoiturage courte distance cherchent encore leur modèle et sont dans une phase accrue d'innovation. Cet environnement

instable n'est pas simple à gérer pour les entreprises ou les collectivités. En effet, amorcé un processus de création de service de mise en relation numérique est long et coûteux. Souvent, les structures manquent de visibilité pour se lancer dans ce type d'aventure. L'incertitude liée à l'aptitude d'un nouveau produit à trouver sa clientèle s'ajoutent celle de la pérennité dans le temps. Par ailleurs, une structure publique porteuse et volontaire n'aura pas forcément les moyens financiers de mettre en place un service solide face aux conséquences de la concurrence. Ainsi, les collectivités ont développé d'autres moyens pour influencer la pratique du covoiturage à la hausse. C'est ainsi que l'espace public a été mis à contribution pour développer la pratique du covoiturage.

III) La promotion du covoiturage urbain dans l'espace public

“La forme d'une ville change plus vite, on le sait, que le cœur d'un mortel. Mais, avant de le laisser derrière elle en proie à ses souvenirs [...] il arrive aussi, il arrive plus d'une fois que, ce cœur, elle l'ait changé à sa manière, rien qu'en le soumettant tout neuf encore à son climat et à son paysage, en imposant à ses perspectives intimes comme à ses songeries le canevas de ses rues, de ses boulevard et de ses parcs”¹²³. Moins poétiquement que Julien Gracq, et pour rester sur notre sujet, nous pourrions ajouter que le "cœur de la mobilité d'une ville" se forme dans la courbe des routes et les infrastructures dédiées au covoiturage qui composent l'espace public. Il faut changer la ville pour changer notre vision du covoiturage.

Cette partie nous permettra de nous focaliser sur le dernier lieu que nous considérons comme essentiel à prendre en compte dans la problématique du covoiturage. Ainsi, quand nous parlons d'infrastructures routière cela regroupe, la route en elle même mais aussi tous les espaces publics associés, qu'ils soient associé à la rencontre comme les parking à être simplement vu. Nous pouvons affirmer suite aux entretiens que nous avons fait que la mise en visibilité du covoiturage comme mobilité de courte distance dans l'espace public est une stratégie affirmée par les collectivités afin de faire changer les comportements modaux.

¹²³ Gracq, J. (1985), “La forme d'une ville”, Ed. José Corti, p.1

Il est à noter que cette stratégie avait déjà été utilisée pour la diffusion de la pratique du vélo, utilisée à Rennes lors des implantations de stations de vélo libre service dans les années 80⁷, ou bien par les métropoles de Paris et Lyon avec les Vélo city notamment, dans les années 2000.

A) L'incitation au changement de comportement

Nous avons vu dans la partie précédente comment la prise en compte des comportements usagers accompagne le travail d'innovation des outils techniques. Il s'agira ici de voir comment le comportement des usagers est influencé par la stratégie des pouvoirs publics d'un territoire. En effet, il apparaît, dans un premier temps, que les TIC ne bouleversent pas les pratiques préexistantes. Ce sont plutôt des solutions qui équipent, facilitent ou encore accroissent, les pratiques mais sans les transformer¹²⁴. L'émergence de nouvelles pratiques au sein du programme d'activités des individus n'intervient que dans des phases ultérieures¹²⁵. Objet d'usages innovants, les TIC associées à de nouvelles pratiques sociales modifient l'organisation quotidienne de leurs activités dans le temps et dans l'espace, leurs réseaux sociaux et professionnels, et enfin leurs façons de se déplacer. Mais on a pas du tout le recul nécessaire en partant du covoiturage urbain pour donner une analyse efficace. Le changement est d'abord graduel, la réalité existante étant simplement « augmentée » de l'usage des technologies sans rupture qualitative dans les activités et les modes de vie. Cependant la familiarisation avec les technologies, leur usage croissant et les phénomènes d'apprentissage qui leur sont liés finissent par les banaliser. C'est alors que peuvent apparaître des innovations sociales majeures. Les changements qualitatifs naissent paradoxalement de la banalisation des technologies alors qu'on nous présente souvent le schéma inverse¹²⁶. Avec les outils mobiles, les individus expérimentent aujourd'hui à large échelle de nouvelles habitudes de communication dans l'espace, même si elles ne se traduisent pas encore par de réelles innovations sociales.

¹²⁴ Alain R., Aguilera A., et Guillot C. (2009) « Diffusion des TIC et mobilité : permanence et renouvellement des problématiques de recherche », *Flux*, vol. 78, no. 4, , pp. 7-16

¹²⁵ Belton L., De Coninck F., (2006), « Des frontières et des liens. Les topologies du privé et du professionnel pour les travailleurs mobiles », *Réseaux* n°140, pp. 67-100

¹²⁶ Alain R., Aguilera A., et Guillot C. (2009) « Diffusion des TIC et mobilité : permanence et renouvellement des problématiques de recherche », *Flux*, vol. 78, no. 4, , pp. 7-16

Le covoiturage urbain repose sur une pratique de l'utilisation du portable avec des gps efficaces. Elle sert surtout à favoriser la micro-coordination des individus dans le cadre de leurs pratiques habituelles. L'usage n'est pas bouleversant mais l'individu apprend à utiliser le téléphone dans une situation qui n'est pas « naturelle » pour lui.

En reprenant ces éléments nous faisons le pari que dans un futur proche les outils techniques de navigation GPS type Waze ou Google Maps déjà très bien insérés dans les habitudes modales des automobilistes, devront intégrer à leur service des fonctionnalités mettant en connexion des passagers covoitureurs indiquant leur position à un ensemble de conducteurs dont l'itinéraire correspond à la demande passager. Il existe déjà sur plusieurs territoires une fonctionnalité intégrée permettant de calculer un itinéraire à partir des bases de données d'entreprise de covoiturage ayant un partenariat avec ces services de géolocalisation.

Ici le rôle du médiateur est celui d'être capable de donner la capacité aux usagers de prendre avec eux ces outils technologiques. En l'occurrence pour le covoiturage cela se fait via outils portables pour aider à la rencontre physique et donc le déplacement. Il est à noter l'importance de la portabilité de l'informatique dans notre équation. Nous considérons un accompagnement des usagers vers des outils aidant cette portabilité, par exemple à faire tenir son téléphone ou pour le brancher. En effet, une remarque qui nous est souvent parvenue est la dangerosité de conduire tout en téléphonant ou chercher son covoitureur sur une carte numérique. A la manière d'un kit main libre les conducteurs pourraient mettre en pratique une portabilité informatique optimum. Notre hypothèse du médiateur devra découvrir un deuxième rôle, associé à celui d'animateur.

Les pouvoirs publics volontaires et initiateurs ont bien pris en compte cette potentialité d'évolution de la pratique. Stratégiquement, ils façonnent donc l'environnement du covoitureur pour influencer le changement futur.

B) Rendre le covoiturage visible dans l'espace public urbain

a) Les systèmes des lignes de covoiturages : l'exemple de Star't sur Rennes métropole

A la suite des entretiens que nous avons menés, il est certain que la mise place de ligne de covoiturage agrège plusieurs stratégies. Une ligne de covoiturage permet de rapidement atteindre la condition sine qua none de la masse critique, essentielle à un service de covoiturage dynamique. Cependant, pour un acteur comme Keolis structurellement fait pour constituer des réseau de bus, la construction d'une ligne de covoiturage. Les lignes de covoiturage fonctionnent sur un modèle dynamique. Ainsi, de façon purement opérationnelle c'est une façon de délimiter le territoire d'action des usages. Cela a deux intérêts directs. Le premier est une capacité à mieux cibler les publics agissant sur ce territoire. Le deuxième est qu'il est plus aisé d'atteindre la condition nécessaire d'une masse critique suffisante. En effet, le déploiement d'un service sur un territoire plus petit que sur l'ensemble d'une métropole nécessite moins de moyens .

Dans notre cas, les conducteurs présents sur cette ligne sont avertis de passagers attendant dans les abris prévus à cet effet, par plusieurs canaux. Le premier est via le téléphone mobile et des notifications. La catégorie qui nous intéresse ici est celle présente dans l'espace public. Le long de la ligne des panneaux lumineux diffusent des messages généraux sur le présence de cette ligne à l'ensemble des conducteurs mais également des messages plus ciblés indiquant si un passager attend qu'un conducteur le prenne en charge.

Au-delà, d'un canal supplémentaire de communication entre usagers, ces panneaux conjugués à la présence d'abri bus permettent de faire exister dans l'espace public le service. En effet, situé à des points stratégiques les automobilistes prenant la route régulièrement sont obligés, soit de constater la présence de panneaux lumineux soit de s'interroger sur la présence d'abri bus d'une couleur différente du réseau de bus habituel. Les infrastructures sont roses.

b) La promotion du covoiturage par voies réservées

Comme nous l'avons vu dans notre premier chapitre, dans l'esprit des opérateurs de mobilité la question de l'incitation financière reste cruciale. Si le cadre normatif de la loi LOM n'est pas assez ambitieux pour certains, notamment au niveau des systèmes de rémunération, elle permet néanmoins certaines initiatives en termes d'incitation.

Mettre à profit les infrastructures routières pour inciter les automobilistes n'est pas nouveau lorsqu'il s'agit de covoiturage longue distance. En effet, nous pouvons prendre l'exemple de l'A14 à l'ouest de Paris où de telles dispositions existent déjà depuis longtemps et est toujours opérationnel. Cependant ce service n'est pas communiqué aux usagers de la route. Bien plus, il ne fait l'objet d'aucune promotion, l'information n'apparaissant même pas sur le site Internet de la SAPN, y compris dans la rubrique covoiturage pourtant très fournie. Nous pouvons nous emparer d'incitation tarifaires sur les autoroutes pour continuer d'illustrer notre propos. Sur le Duplex A86 qui relie Rueil-Malmaison à Vélizy et où Vinci Autoroutes, l'offre covoiturage propose de bénéficier de 30 % de remise sur les trajets *“à condition qu'il y ait au minimum trois occupants dans le véhicule et dans la limite de deux trajets par jour du lundi au vendredi de 7h à 20h”*.

c) Focus sur le Projet pilote sur l'autoroute Robert-Bourassa à Québec¹²⁷

Nous avons choisi cet exemple car représentatif de la mise en place de cette solution dans une section urbaine. La majorité du temps, c'est l'expérimentation mise en place de 2004 à 2014 par la Métropole de Grenoble qui est évoquée. Dans ce cas, la voie réservée fonctionne dans le sens Lyon-Grenoble sur 9,2 kilomètres. Il a été choisi d'utiliser la totalité du profil en travers, bande d'arrêt d'urgence comprise.

Depuis le mois de septembre 2014, la ville de Québec a mis en place une expérimentation sur une autoroute urbaine de 7km visant à autoriser sur les voies réservées les véhicules avec deux personnes et plus à bord. Cette réglementation s'applique aux heures de pointe du matin et du soir. Sa mise en œuvre s'est accompagnée d'un certain nombre d'aménagements et de mesures d'accompagnement :

- mise en place d'un marquage autorisant les entrées et sorties de voie réservée en tout point sauf en deux endroits jugés problématiques ;
- affichage par panneaux dynamiques d'une limite de vitesse variable selon les conditions de circulation et destinée à limiter les différentiels de vitesse ;
- mise en place d'une surveillance policière efficace et d'un programme de suivi.

¹²⁷ Ministère des Transports du Québec, Rapport préliminaire sur le projet pilote d'utilisation des voies réservées pour le covoiturage sur l'autoroute Robert-Bourassa (A-740), Octobre 2015

Au mois d'octobre 2015, le Ministère des Transports a publié un rapport préliminaire qui donne de premières tendances sur les impacts du projet, après 6 mois d'utilisation : au niveau de la sécurité :

- augmentation du nombre d'accidents du fait en particulier des différentiels de vitesse et changements de voies (quand un véhicule passe de la voie du milieu qui est congestionnée à la voie réservée qui est fluide)
- l'accidentalité a baissé au fil des semaines, ce qui peut laisser penser qu'il a fallu un temps d'adaptation des usagers pour s'habituer au contexte ;

Concernant l'usage : le trafic global a augmenté de 5 % dans un sens et de 8 % dans l'autre. Le débit de l'autoroute a augmenté de 150 véh/h le matin et de 250 véh/h le soir et de plus de 10 % en nombre de personnes transportées ; -

- en moyenne, autour de 15 % des véhicules légers utilisent la voie réservée. Leur gain de temps moyen varie entre 3 et 6 minutes pour un parcours d'environ 5 km ; - la mise en place de la voie réservée a eu pour effet d'augmenter de près de 30 % le nombre de véhicules partagés ; - le taux de délinquance (proportion de véhicules non autorisés sur la voie réservée) a oscillé entre 10 % et 16 % alors que la surveillance policière était très soutenue.

Ces éléments sont à interpréter avec prudence puisqu'il ne s'agit que d'un rapport préliminaire basé sur une durée courte mais ils tendent néanmoins à démontrer que la mise en place d'une voie réservée sur autoroute urbaine est envisageable. C'est un apport important dû à la nature de la section. En effet une section urbaine entraîne de nombreuses difficultés supplémentaires, comme l'insertion d'automobiles durant les heures de pointe de sortie de travail. Le deuxième apport est que cela améliore l'efficacité globale de l'infrastructure routière. La capacité de prise en charge de véhicule s'en trouve améliorée sans pour autant engorger ou augmenter la congestion connue, notamment en maintenant une vitesse moyenne supérieure. Enfin, la dernière information importante à retenir est la nécessaire prise en compte des enjeux de sécurité relatifs à la compréhension de l'aménagement des automobilistes. Au vu de ce rapport nous considérons qu'un accompagnement renforcé sur le terrain est obligatoire, à la fois pour une compréhension sécuritaire mais aussi pour une compréhension de l'enjeu de devoir mettre en place des voies pour les mobilités collectives.

Les élus de la métropole de Rennes, dans le cadre de la révision de son plan de déplacements urbains, ont exprimé le souhait d'accorder des facilités de circulation aux transports collectifs et aux covoitureurs sur des voies rapides d'accès à Rennes. Lors de notre entretien avec elle, la métropole nous a répondu par l'affirmative en ajoutant qu'au-delà de la promotion du covoiturage comme solution de mobilité c'était aussi une la création d'un service au sens d'avantage. Cela va être pensé pour fluidifier la congestion et donner un avantage à la mobilité partagée comme type de transport dont le covoiturage.

d) Les parkings relais et les aires de covoiturages

L'Enquête d'évaluation d'ARCADIS pour le Grand Lyon de 2016 a identifié les lieux de rencontre majoritairement utilisés dans le cadre du covoiturage courte distance. Ainsi le domicile du covoituré (43 %), ou un parking situé sur le trajet du covoitureur (33 %) même si les aires de stationnement dédiées rencontrent de plus en plus d'engouement (10%).

Cette étude nous montre la nécessité de prendre en compte la question du stationnement et du moment de rencontre entre covoitureurs. En 2018 le CEREMA nous indiquait que Le réseau STAR, opéré par Keolis Rennes, proposait cent places réservées à ses clients covoitureurs jusqu'à 9h dans cinq de ses parcs relais. Les covoitureurs qui utilisaient ce systèmes pouvaient bénéficier de vignettes collector qui leur permettent de bénéficier de promotions et de cadeaux de la part du STAR et de ses partenaires¹²⁸. Quatre ans plus tard, la politique a pris de l'ampleur. Aujourd'hui le nombre de places réservées a été multiplié par six. De plus, certains parking relais sont désormais munis de caméra de contrôle à l'entrée qui capte l'intérieur des automobiles. Si les caméras vidéos visualisent plusieurs personnes cohabitantes dans le même véhicule, elles en déduisent une pratique du covoiturage et donnent accès à ces places réservées.

Les aires autoroutières de covoiturage, même si elles sont déjà parmi les mieux équipées, restent de facture classique. Il est possible d'imaginer, afin de réduire les inconvénients des détours et de l'angoisse interpersonnelle de ne pas savoir ou trouver son conducteur pour le

¹²⁸ CEREMA, 2018

passager ou celle de ne pas savoir où se garer pour le conducteur, des zones plus restreinte intra urbanité pour permettre une mise en relation directe plus simple et facilitatrice.

Nous pouvons également évoquer rapidement les spécificités du covoiturage par le biais d'une aire. Cela correspond le plus souvent à une pratique de covoiturage de moyenne distance, recouvrant des trajets de 50km en moyenne. Nous en parlons ici car ces zones peuvent concerner des trajets courts comme les derniers kilomètres déjà amorcé par un premier équipage et surtout des trajets de moyenne distance, notamment pour sortir on entre dans une ville. Ceux qui fonctionnent le mieux sont ceux qui ont été mis en place là où une pratique préexistait et que le point stop a contribué à populariser et à sécuriser. Ses caractéristiques s'apparentent à celles du covoiturage de longue distance car composé majoritairement d'étudiants et de jeunes actifs, les points d'usages le plus souvent repérés se situent le vendredi et le dimanche soir et les équipages se donnent rendez vous, souvent une aire.

Nous avons évoqué dans cette partie la volonté des acteurs publics de changer les comportements des citoyens de son territoire. Nous avons questionné ces stratégies à travers la promotion du covoiturage dans l'espace public en le rendant visible. Pour continuer notre travail de mise en perspective global du covoiturage, nous allons, maintenant changer notre fusil d'épaule et passer du niveau macro au niveau micro et nous focaliser sur des relations interpersonnelles qu'entretiennent les usagers des services de covoiturage.

Chapitre 3 : Les relations entre usagers, vers une médiation de la confiance

Définir le covoiturage via le seul prisme de la législation ou de sa gouvernance réduit son champ de concentration à un seul niveau, hors comme nous l'avons déjà évoqué, le succès du

covoiturage repose sur l'implication de l'utilisateur. Le covoiturage convoque de nombreux enjeux comme nous l'avons rapidement énoncé plus haut : environnemental, décongestion des centres villes, pollution sonore, usure des infrastructures, limitation de la consommation d'espace public de la voiture en ville. Mais ce qui caractérise évidemment sa pratique est l'implication des citoyens usagers. En effet, a contrario des autres modes de déplacement traditionnels, les systèmes de covoiturage reposent essentiellement sur la volonté de mettre en œuvre le covoiturage sur son territoire par ses habitants. Le covoiturage est contraire à une mise en application verticale et requiert des différents acteurs (acteurs publics, privés, parapublic et citoyens) une convergence d'implication et de volonté. De plus, son mode de fonctionnement et sa régulation par les autorités de transports peuvent apparaître plus aléatoires. En effet le covoiturage est intimement lié à l'individu car tributaire des aléas de chacun. Il est donc difficile de catégoriser les trajets de covoiturage dans des spectres analogues. Ainsi, le covoiturage ne semble pas rentrer dans les cases de la notion de transport telle qu'on le conçoit ordinairement. Par ailleurs, l'objet "voiture" est assez nouveau dans l'organisation des mobilités. Pour répondre à ce nouvel objet ainsi qu'à l'individualisation des modes de déplacements, "les pouvoirs publics ont fait évoluer l'organisation des transports publics vers des problématiques de mobilité. Parler de mobilité et non plus de transports, c'est recentrer le travail autour de l'individu"¹²⁹, c'est avoir une action dans la phase préparatoire de la mobilité, au niveau des arbitrages dans le sens de la définition de la mobilité par Lévy¹³⁰, comme « relation sociale au changement de lieu (...) ensemble des modalités par lesquelles les membres d'une société traitent la possibilité qu'eux-mêmes ou d'autres occupent successivement plusieurs localisations ». Dès lors, en y associant les écrits de Kauffman¹³¹ et Urry¹³², qui envisagent la mobilité comme une totalité englobant le mouvement lui-même: ce qui le précède, l'accompagne et le prolonge ; la mobilité apparaît comme une dimension structurante totale de la vie sociale. Ainsi, le changement des pratiques de mobilités implique une transformation de la nature des individus. C'est pourquoi Lévy, notamment, conceptualise les individus comme des entités mouvantes et Jean Viard

¹²⁹ Sajous, P., Salze, P. & Bailly-Hascoët, V. (2020). Système automobile et modèles de transports : quelles évolutions pour planifier la mobilité de demain ? *Flux*, 119-120, 173-184

¹³⁰ Lévy J., 2000, "Les nouveaux espaces de la mobilité", in Bonnet ., Desjeux D., (éds), 2000, *Les territoires de la mobilité*, Paris, PUF, 155-170.

¹³¹ Kaufmann, V. (2005). Mobilités et réversibilités : vers des sociétés plus fluides ?

¹³² Urry, John. (2005). Sociologie des mobilités: Une nouvelle frontière pour la sociologie ? (Burch, N.) Paris. Armand Colin

viendra creuser cette notion dans son concept d'identités mouvantes¹³³. Dès lors, questionner la pratique du covoiturage urbain, qui apparaît comme une révolution de la mobilité et de l'identité sociale, nécessite également d'interroger les pratiques individuelles et les rapports sociaux que les citoyens ont avec le covoiturage pour déceler les freins et les limites à sa diffusion.

I) La représentation sociale du covoiturage courte distance

A) L'apport de la sociologie dispositionnelle incorporée

Les acteurs publics et territoriaux pensent essentiellement l'automobile par un prisme économique : contraintes, incitations, outils technique et infrastructures. Cependant, qualifier les choix modaux des individus par le seul prisme de l'approche économique traditionnelle et notamment sur des critères de minimisation des coûts des transports ne comprend pas la totalité de l'engagement dans tel ou tel mode de transport, encore moins dans le cas du covoiturage qui comme nous l'avons vu, est une mobilité hybride entre transport public et privé. En accord avec les travaux de Sajous, Salze et Bailly-Hascoët nous considérons important de prendre en compte une réflexion de sociologie dispositionnelle¹³⁴ s'appuyant sur la théorie de la pratique de Bourdieu où *“la logique est celle d'un ajustement entre dispositions incorporées et contexte, en considérant que toute pratique (que ce soit dans le champ de la mobilité ou non) implique des enjeux de positionnement social et n'est pas également accessible à l'ensemble des individus”*¹³⁵. Ici, nous cherchons à tenir compte du fait que la mobilité, en général, et le choix modal, en particulier, sont aussi et surtout des marqueurs d'identité et de position sociale incorporés¹³⁶. L'incorporation est définie par Martine Court comme le processus à travers lequel le « social », entendons ici les normes, les

¹³³ Viard, Jean (2006) , “Éloge de la mobilité, essai sur le capital temps libre et la valeur travail”, La Tour-d'Aigues, éditions de l'Aube, « Mondes en cours »

¹³⁴ Sajous P. Salze P., et Bailly-Hascoët V. (2020) « Système automobile et modèles de transports : quelles évolutions pour planifier la mobilité de demain ? », Flux, pp. 173-184

¹³⁵ Bourdieu P. (2000 [1972]), *Esquisse d'une théorie de la pratique : Précédé de trois études d'ethnologie kabyle*, Paris, Seuil.

¹³⁶ Bourdieu, P. La domination masculine, Paris, Seuil, coll. « Liber », 1998, 142 p ;

Schwanen, T., Banister, D., & Anable, J. (2012). Rethinking habits and their role in behaviour change: the case of low-carbon mobility. *Journal of Transport Geography*, 24(-), 522-532

contraintes et les hiérarchies sociales, s'inscrit dans les corps des individus, au sens propre comme au sens figuré¹³⁷. Relativement au covoiturage, le premier sens serait les façons dont les individus adaptent concrètement leur corps, au niveau de l'allure ou de la posture, à l'environnement, pensons ici à l'habitacle d'une automobile. Dans un deuxième temps, plus figurativement l'incorporation désigne l'intériorisation individuelle des schèmes de perception, des catégories morales ou des perceptions de monde, encadrés par l'ordre social. Au sens sociologique du terme, les dispositions sont des manières de faire, dire et penser d'un individu, pensées comme socialement construites. A noter que cette intériorisation se déclare à l'issue du processus de socialisation, allant donc à l'encontre de la compréhension naturalisante de la disposition innée présente dans le langage commun. Aucune étude n'existe sur l'incorporation sociale ou d'identité dans la thématique du covoiturage longue distance et a fortiori de courte distance. Nous évacuons ici la problématique d'incorporation corporel de notre champ d'étude. Nous prendrons donc en compte dans notre analyse essentiellement la logique de perception sociale et d'identité. Notre hypothèse se focalise ainsi sur la perception qu'ont les individus sur le covoiturage courte distance selon leur position sociale ou leur identité de genre.

B) L'incidence de la représentation sociale du covoiturage courte distance dans l'appréhension de la pratique

L'analyse de la représentation sociale du covoiturage a confirmé l'importance de l'aspect financier dans le covoiturage inter cités. Les résultats de nombreux chercheurs nous incitent à penser qu'il s'agit de la motivation économique du covoiturage qui est principalement présente dans la représentation que s'en font les individus¹³⁸. Certaines représentations sociales fortes freinent l'accès à la pratique du covoiturage longue distance. Le covoiturage est cité comme un mode réservé aux personnes en difficulté financière, il est connoté « populaire, low-cost », réservé aux « jeunes », « célibataires », se déplaçant uniquement pour

¹³⁷ Court, M. (2016). Incorporation. Dans : Juliette Rennes éd., *Encyclopédie critique du genre* (pp. 321-330). Paris: La Découverte.

¹³⁸ Dupré, M. (2014). Représentation sociale du covoiturage : des contraintes perçues au faire-ensemble, *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, 66, 97-113.

de longs trajets. Les données de l'Enquête Nationale Transports Déplacements¹³⁹ (ENTD) montrent en effet que la pratique du covoiturage longue distance est liée au niveau de diplômes et de revenus et que moins les personnes sont diplômées et plus elles covoiturent. Or, le covoiturage urbain semble, a contrario, avoir une surreprésentation des catégories socio-professionnelles intermédiaire supérieur ou de cadre, tandis que les classes populaires plus à même d'utiliser le covoiturage longue distance pour des raisons économiques, privilégient d'autres moyens de transport comme les transports en commun, dans un cadre urbain ou périurbain

Si l'on se réfère à l'exemple de l'expérience du Grand Lyon, on note que le profil des inscrits y est sensiblement différent, avec une prédominance des ingénieurs et cadres, des techniciens et des agents de maîtrise. De plus, selon une étude menée par Lisa Créno, dans le cas du covoiturage courte distance, comprenant le covoiturage dynamique et pendulaire, les motivations relationnelles sont surreprésentées à hauteur de 63% contre 8% pour le covoiturage longue distance. En restant dans ce cas de figure il apparaît que les motivations économiques sont sous-représentés à hauteur de 38% contre 72% lors de l'enquête menée par Lisa Créno¹⁴⁰.

Sur ce sujet, nous pouvons donner des explications restant à l'état embryonnaire d'hypothèse car très peu d'études existent sur cette thématique précisément, et nous ne sommes pas dans la capacité de mener une telle enquête. De plus, comme nous l'avons vu, la catégorisation d'un public particulier pour le covoiturage courte distance est trop divergente selon les territoires et les pratiques pour en sortir un raisonnement à la fois général et sérieux.

Cependant, nous pouvons donner quelques éléments de réponse à l'aune des pratiques organisationnelles du covoiturage. En effet, comme vu dans la première partie de ce travail les différents opérateurs ont des stratégies différentes. Des opérateurs privés comme Klaxit et Karos, assez répandus sur le territoire national, privilégient des animations et des présences directement dans les entreprises pour former des couples de covoitureurs en interne. Leur modèle économique fonctionne donc sur des entreprises ou zones de d'emploi de grande taille comprenant au minimum 100 salariés. De plus leur action se focalise sur des structures

¹³⁹ ENTD 2018-2019

¹⁴⁰ Créno, L 2016, Covoiturer entre inconnus : des risques perçus à la construction de la confiance, panorama des expériences vécues des usagers. Télécom ParisTech, Français

où, en générale, le type de d'emploi que l'on retrouve correspond à celui de cadre ou d'emploi technique supérieurs, notamment dans les services, la télécommunication ou l'ingénierie. De plus, pour entrer dans ces structures ces opérateurs doivent pouvoir se baser sur des institutions internes développées sur les questions de mobilité et de RSE. Ici aussi ce sont les entreprises employant des salariés de niveau cadre qui sont souvent en pointe dans ce genre de thématique.

De plus, comme nous l'avons vu, la pratique du covoiturage de courte distance se conjugue quasiment systématiquement avec l'usage des technologies de la télécommunication qui s'accorde plus avec des catégories sociales jeunes et ultra connectés.

Néanmoins là où nous pouvons déceler une problématique serait dans le besoin de stabiliser les nouvelles règles sociales apportées par le covoiturage urbain, comme nous l'avons vu avec l'apport d'un référentiel commun. A ce problème, plusieurs auteurs ajoutent le besoin de contrôle des conditions du trajet, aussi celui de confiance ou d'intimité.¹⁴¹

C) Les risques perçus par les femmes

Il est difficile de trouver une statistique équivoque à la représentation du genre lorsqu'on parle de covoiturage urbain. En effet, les publics usagers diffèrent trop entre un territoire ou bien, au sein de ce même territoire, selon la pratique, notamment pour des trajets domicile-travail ou simplement occasionnels. Cependant au vu des données global sur le territoire, la pratique du covoiturage courte distance ne soulève pas de problématique particulière par rapport au sexe de l'usager. Le nombre d'usager reste sensiblement égal entre homme et femme.

¹⁴¹ Vincent, S. (2008). Les altermobilités : analyse sociologique d'usages de déplacements alternatifs à la voiture individuelle. De pratiques de déplacements alternatifs à la voiture individuelle. Des pratiques en émergence?, Thèse Université de Paris 5, Sorbonne. ; Richard, I. (2011). Facteurs et processus psychosociaux du changement pour l'adoption de comportements proenvironnementaux: le cas du covoiturage. Thèse de doctorat en Psychologie, Université de Provence, Aix en Provence.

Pourtant, en se référant au travail de Lisa Créno portant sur le sentiment de risque associé au covoiturage 64% des risques exprimés sont perçus par les femmes, contre 36% pour les hommes. Au sein de ces risques exprimés, la majorité sont liés aux relations interpersonnelles et à la sécurité routière.

En juin 2019, face au constat du sentiment d'insécurité grandissant dans les transports en commun, la plateforme de covoiturage courte distance Citygo a développé une fonctionnalité dédiée aux femmes usagères du service : *Women Only*. C'est une option de l'application qui permet aux conductrices de ne sélectionner que des femmes en tant que passagères. L'entreprise communique sur sa volonté de rassurer ses utilisatrices en leur offrant la possibilité de se déplacer en toute sécurité et en toute confiance.

Selon l'entreprise, cette fonctionnalité a boosté les utilisations par des usagers féminins. Ainsi, le nombre de trajets réalisés par des femmes ces 3 derniers mois a augmenté de 30% par rapport aux 3 mois précédents le lancement. Il dépasse 25 000 trajets.

- 15 000 trajets ont été réalisés avec *Women Only* en trois mois après le lancement de la fonctionnalité, soit 56% des trajets réalisés par des conductrices.
- Le nombre de nouvelles conductrices inscrites ces 3 a augmenté de 18% par rapport au trimestre précédent l'installation.
- Le nombre de femmes conductrices a augmenté de 12% pour atteindre 15 700 en novembre 2019.
- Cela a eu un effet bénéfique sur le nombre de passagère qui a augmenté de +12%, soit 265 000.

Cette fonctionnalité a mis en évidence une nécessité, celle du besoin de sécurité dans la relation du covoiturage. Ce qui est intéressant ici est la médiation ou modération permise par l'outil de mise en relation, qui filtre en amont de la rencontre des critères essentiels au sentiment de confiance ou tout du moins atténue celui de méfiance que l'on pourrait développer. Nous aborderons cette notion de la mise en sécurité par le prisme du rapport de confiance méfiance inscrit dans les relations entre covoitureurs. Comme nous l'avons

souligné, le risque perçu par les femmes est supérieur à celui des hommes mais ils restent relativement applicables aux deux genres. Nous considérons donc que la notion de confiance est centrale dans les interactions sociales du covoiturage urbain.

II) La médiation de la confiance entre les acteurs du covoiturage courte distance

Comme nous l'avons vu, plusieurs freins au covoiturage, ou en tout cas ce qui empêchent certains de l'utiliser, se basent sur une méfiance envers l'autre. Le risque est généré par une incertitude complexe. Cette dernière se manifeste par son caractère non probabilisable, fortement lié à l'imprévisibilité du comportement. En réponse, la confiance est un phénomène de réduction de l'incertitude, mais qui est entaché d'une vulnérabilité de l'individu confiant¹⁴².

Le besoin de fiabilité et l'incertitude pesante des covoitureurs ont demandé la création de facteurs de sécurisation pour les usagers. Dans un mouvement parallèle les opérateurs de covoiturage ont enrichi leur compréhension de la pratique de cette nouvelle mobilité par une dimension plus "humaine", conduisant naturellement à l'émergence de concepts "qualitatifs". La confiance fait partie de ces concepts longtemps ignorés dans un contexte instrumental où l'objet technologique faisait foi. L'objectif de cette recherche est d'analyser le processus de construction de la confiance relative aux interactions entre usagers.

A) Le sentiment de confiance

La question de la confiance et de la méfiance apparaît en filigrane du sentiment de sécurité, évoqué plus haut. Nous considérerons la confiance comme un sentiment, à partir de la définition des émotions de Cosnier, qui restreint le sens des sentiments¹⁴³. Selon cet auteur, les émotions sont à traiter selon deux acceptions différentes. La première acception est

¹⁴² Wafa, K. (2000) Processus de construction de la confiance et configuration de contrôle de gestion. Revue Tunisienne des Sciences de Gestion, pp.2-14

¹⁴³ Cosnier, J. (1994). Psychologie des émotions et des sentiments, Retz : Paris

étendue aux événements et états appartenant au champ affectif des individus. Ce dernier est complexe à appréhender car influencé de façon variable en intensité et en qualité, par des manifestations physiologiques et comportementales inscrites dans une durée limitée. Dans un deuxième temps, « d'autres plus durables, sont liées à des relations plus qu'à des événements, ils sont souvent appelés sentiments »¹⁴⁴. Ainsi nous avons deux cap annoncés pour suivre les traces du processus de création de confiance.

La notion de confiance souffre d'une polymorphie selon la pluralité des contextes d'études et de la diversité des approches théoriques qui complexifient sa formalisation. La psychologie a assimilé la notion de la confiance sous l'angle d'un trait de personnalité. Les sciences de l'économie ont marqué leur intérêt pour montrer que la confiance était nécessaire au bon fonctionnement du système marchand dans son entièreté et notamment dans les relations clients dans les systèmes bancaires à la fin des années 90' et 2000'. Simultanément, les sciences de la gestion et du management se sont interrogées sur ses incidences sur les relations intra-organisationnelles et inter-organisationnelles¹⁴⁵. Des recherches ont été menées en marketing également, où l'objectif étant de comprendre le rôle de la confiance dans les services ou les marques. Résultat, la perception de la confiance devient polysémique et renvoie à la fois à des institutions, à des personnes ou encore à des objectifs, dont les mécanismes internes restent obscurs à qui souhaitent les étudier¹⁴⁶. Ces différentes entrées ont le mérite d'avoir tracé de nombreux chemins. Ainsi, nous formerons nos hypothèses autour du fait que les processus de confiance sont amorcés afin de remédier à des risques. Effectivement, le risque et l'inattendu appelle à la confiance. Les deux côtés de la même médaille se nourrissent l'un de l'autre. Ainsi ce sont les situations perçues comme incertaines qui construisent des attentes spécifiques demandant un certain niveau de confiance. Louis Quéré apprécie dans ses travaux présenter la confiance en creux du risque afin de mettre en évidence la crainte du risque comme moteur de ce processus ¹⁴⁷. En associant les auteurs de psychologie et de science de gestion, on comprend l'intérêt de prendre en compte la question

¹⁴⁴ Cosnier J. Ibid

¹⁴⁵ Wafa, K. (2000) Processus de construction de la confiance et configuration de contrôle de gestion. *Revue Tunisienne des Sciences de Gestion*, , 7, pp.2-14

¹⁴⁶ Thuderoz, C. (2003). Introduction au propos: La confiance en question, In Mangematin V., Thuderoz C. (eds.) *Des mondes de confiance. Un concept à l'épreuve de la réalité sociale*, Paris, CNRS ed., p.19-30.

¹⁴⁷ Ogien, A. & Quéré, L. (2006). Les moments de la confiance. *Connaissance, affects et engagements*. Paris, Economica (Coll. « Etudes sociologiques »), p.236 ; Quéré, L. (2001). La structure cognitive et normative de la confiance. *Réseaux*, 108-4, 125-152.

de la confiance tant dans les relations interpersonnelles entre usagers que entre les individus et les organisations.

A l'aune de l'ANT la confiance et son processus de création sont à considérer comme des actants à proprement parler de la réalisation d'un covoiturage. Néanmoins, nous verrons que dans son processus de création elle revêt plusieurs formes, notamment selon la pratique des usagers des services de covoiturage. Sa complexité se caractérise par sa nature continue et dynamique qui se transforme par des ajustements continus et relatifs aux informations collectées par les parties engagées dans la relation. L'espace environnant les acteurs a une influence centrale dans les ajustements dispositionnels. Afin d'éclairer notre propos, nous allons rapidement faire un tour

a) La confiance en soi

Selon Galand, la confiance en soi, désigne la croyance qu'a quelqu'un de sa capacité à agir sur lui-même, sur son environnement social et sur les événements de sa vie¹⁴⁸. Toujours selon le même auteur, la confiance en soi est un construit que l'individu se façonne au fil de ses apprentissages, lui permettant de mieux développer ses compétences¹⁴⁹.

Cependant, nous ne retiendrons que peu ce type de confiance, dans notre raisonnement, car si la confiance en soi peut être considérée comme essentielle pour se lancer dans la réalisation d'un covoiturage, il est tout à fait possible, a contrario, de se reposer sur les compétences de quelqu'un d'autre considéré avoir plus compétence en lui qu'en nous, notamment dans le cas d'un passager. Cette question mériterait d'être creusée via le prisme dispositionnel que nous évoquions en introduction de ce chapitre, mais ne nous aidera pas véritablement à étayer nos déjà nombreuses hypothèses.

Dans notre cas présent c'est la question de la création de confiance, souvent entre deux inconnus qui sera notre prochain terrain de recherche. Ainsi nous traiterons du processus de confiance interpersonnelle c'est-à-dire entre deux usagers. De plus, la question de la

¹⁴⁸ Galand, B. (2006). Avoir confiance en soi, Chap. 16., dans Apprendre à faire apprendre. Sous la direction d'Étienne Bourgeois et Gaëtane Lachapelle. Presses Universitaires de France

¹⁴⁹ Galand ibid

confiance de l'utilisateur envers le service sera abordée par le prisme de la notion de confiance dans un système ou organisationnel. D'ailleurs le lien entre ces processus de confiance permettra de mettre en relief un nouveau rôle au fil rouge de notre travail : le tiers médiateur.

A noter que Benamour¹⁵⁰ a mené une seule étude confirmant que la confiance interpersonnelle n'a pas d'effet sur la confiance organisationnelle. En revanche, elle confirme l'effet positif de la confiance organisationnelle exprimé lors des relations interpersonnelles.

b) Le processus de construction de la confiance

Nous considérons la confiance interpersonnelle comme une forme de lien unissant deux individus. Ce lien peut être médiatisé, tissé via une plateforme numérique, ou concret, tissé dans une ou plusieurs situations de face à face. En reprenant notre conception plus haut, considérant la confiance comme un sentiment, il est possible de retracer le processus de production d'un sentiment de confiance chez un individu

- nous pouvons considérer la confiance comme une expression positive à l'égard de différents objets : « la confiance [...] fait partie de ces états psychiques et sociaux, de ces liens qui tiennent à la fois du devoir et du sentiment, dont la fonction est de relier les uns aux autres les éléments sociaux, d'assurer la coexistence [...] dans la vie quotidienne et de jouer un rôle non négligeable à l'intérieur de toutes les grandes formes sociales »¹⁵¹
- La confiance représente donc un état d'attente favorable par rapport aux actions et intentions d'autres personnes¹⁵²
- Cependant, elle entraîne un état de vulnérabilité temporaire permettant de déléguer à l'autre le pouvoir d'agir¹⁵³

¹⁵⁰ Benamour Y., (2000) « Confiance interpersonnelle et confiance institutionnelle dans la relation client - entreprise de service : une application au secteur bancaire français », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Paris IX Dauphine.

¹⁵¹ Watier, P. (2000). *Le savoir sociologique*, Paris, Desclée de Brouwer., p.184

¹⁵² Möllering, G. (2001). *The Nature of Trust : from Georg Simmel to a Theory of Expectation, Interpretation and Suspension*, *Sociology*

¹⁵³ Mayer, R.C., Davis, J.H. & Schoorman, F.D. (1995). *An integrative model of organizational trust*. *Academy of Management Review*, 20-3, p.712

- l'expression de cette confiance réduit la complexité du monde, de la situation ou de la relation vécue par l'individu¹⁵⁴

On retrouve ici le phénomène des “investissements de formes” de l'ANT, visant à la réduction de la complexité d'une situation par les acteurs-traducteurs débouchant sur la création d'intermédiaire. Dès lors, la confiance est un acteur mais aussi processus de circulation de l'information permettant au réseau de se cimenter autour de lui. Considérer la confiance de telle sorte nous permet d'appréhender sa compétence à “mettre en capacité” les usagers.

S'agissant de la confiance interpersonnelle, R. Mayer, J. Davis et F.D. Schoorman¹⁵⁵ estiment que cette confiance se construit essentiellement sur des bases cognitives et affectives. Selon Seal¹⁵⁶, la confiance interpersonnelle à base cognitive s'appuie sur des caractéristiques relativement objectives que l'on attribue au partenaire comme l'intégrité, l'honnêteté, les compétences, la réputation et l'histoire de la relation. Dans le cas du covoiturage on retrouve ces éléments dans la création d'indices informationnels, comme les avis ou systèmes de notation par exemple.

Pour la confiance basée sur l'affectif, elle correspond à une relation très spécifique à l'attachement émotionnel. F. Bidault et C. Jarillo¹⁵⁷ proposent, quant à eux, de conceptualiser la confiance interpersonnelle comme étant un construit qui se base sur ce qui est moral et technique. Selon l'entrée du covoiturage, réussir à tisser un lien émotionnel semble compliqué dû à la socialisation éphémère reposant sur des lieux communs langagiers. Cependant, le paradigme du covoiturage courte distance permet de nouvelles formes de socialisation notamment avec la pratique du covoiturage régulier ou pendulaire qui permettent de construire des couples de covoitureurs amenés à se rencontrer régulièrement. Nous verrons comment cela peut entraîner une routinisation de la confiance.

¹⁵⁴ Luhmann, N. (2006). *La Confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale*, Paris, Economica ed.

¹⁵⁵ Mayer, R.C., Davis, J.H. & Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20-3, p.712

¹⁵⁶ Seal W.B., (1998) “Relationship banking and the management of organizational trust”, *International Journal of Bank Marketing*, vol 16, n° 3, pp 102-107.

¹⁵⁷ Bidault F. & Jarillo C. (1995) « La confiance dans les transactions économiques », In *Confiance, Entreprise et Société*, Bidault et al., ESKA, Paris .

B) La médiation de la confiance interpersonnelle : le rôle de modération du tiers médiateur

a) La construction de la confiance médiatisée par des antécédents

On juge quelqu'un de confiance à ses compétences ou les « capacités de remplir l'acte prévu »¹⁵⁸, ainsi la confiance procède de l'évaluation des capacités d'une personne.

La notion de capacité regroupe les compétences, les habiletés, les caractéristiques d'autrui par rapport à une tâche qu'on lui demande de réaliser dans le cadre d'un contrat de confiance. C'est en quelque sorte, la capacité d'un individu à tenir ses promesses. Les capacités se fondent sur l'attribution de qualités techniques et fonctionnelles à partir d'éléments et d'informations disponibles au trustor. N'oublions pas que le contexte a un rôle tout particulier et qu'il peut modifier la perception des ressources d'autrui. C'est dans ce sens que nous pouvons considérer les capacités constitutives de la dimension cognitive de la confiance. Il faut bien noter que ce processus est symétrique entre le conducteur et le passager dans le cadre d'un trajet covoituré. Dans le processus de traduction, chacun va chercher à savoir si l'autre partage les mêmes normes, valeurs, principes que lui afin d'avoir la base la moins féconde ou sujette à controverse. Il va ainsi pouvoir évaluer le résultat qu'il pourrait obtenir. Si les covoitureurs se comportent de façon intègre, le comportement attendu est celui de respecter ses engagements. Pour que la confiance existe, notamment qu'elle soit perçue assez fort pour qu'un covoitureur débute un processus de mise en relation, elle doit se baser sur des antécédents¹⁵⁹.

Dans le cadre du covoiturage avec des usagers, pour la plupart inconnus avant le rencontre, comment faire pour qu'il y ait antécédent ? L'évaluation de ces dimensions est possible grâce à trois éléments¹⁶⁰. Tout d'abord les informations disponibles en amont de la mise en relation notamment sur les sites de mise en relation. Ensuite les explications données sur les résultats

¹⁵⁸ Quéré, L. (2001). La structure cognitive et normative de la confiance. *Réseaux*, 108-4, 125-152.

¹⁵⁹ Gaudart, C., Delgoulet, C., & Chassaing, K. (2008). La fidélisation de nouveaux dans une entreprise du BTP : Approche ergonomique des enjeux et des déterminants. *Activités*, 5(2), pp. 2-24.

¹⁶⁰ Mayer, R.C., Davis, J.H. & Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20-3, 709-734

obtenus dans le cadre de précédentes relations, entendons ici les avis et commentaires et les systèmes de notation des covoitureurs. Enfin les expériences passées que l'usager a vécues. En dernier ressort, c'est donc une dimension affective de la confiance qui permet l'assurance par rapport à un avenir initialement incertain.

Le processus de construction de la confiance interpersonnelle peut se dérouler au travers d'une interaction médiée avec l'autre, via une plateforme connectée. Chaulet a théorisé le concept de confiance « médiatisée » par rapport aux liens qui se créent via les plateformes de chat qui pullulent sur internet¹⁶¹. La forme de confiance médiatisée se complète par celle dite « concrète », ou vécue dans le monde réel, soit lors de la rencontre soit durant le trajet et les événements de conduite. C'est lors des phases en amont d'appariement en ligne où chacun doit sélectionner sur la plateforme de covoiturage son partenaire, que le processus de confiance médiatisée prend tout son sens. Pour les services mais aussi pour les usagers, cette confiance médiatisée permet d'assurer le passage d'une relation avec un « inconnu » à une relation avec un « partenaire ». Les informations disponibles via la plateforme permettant de faire passer une personne qu'on ne connaît pas à une personne dont on a quelques informations sur son identité. La modération est la garantie que le membre a bien donné ses coordonnées réelles et sera effectivement joignable pour finaliser la transaction.

b) Les dispositifs d'indices informationnels

Nous verrons ici, comment les dispositifs définissent et mettent en avant les informations pertinentes concernant les usagers. Nous pouvons différencier ces informations selon leurs portées relationnelles ou organisationnelles.

Le site BlaBlaCar met à disposition un total de 11 indices organisationnels pour faciliter les recherches des usagers. Ce sont les indices primaires liés au trajet qui sont les plus observés c'est à dire la date/l'horaire et le lieu de départ mais aussi le prix. Dans un deuxième temps, les plateformes donnent accès à des indices relationnels. Nous retrouvons ici toutes les informations relatives à l'individu. En se basant sur une étude complémentaire non présentée

¹⁶¹ Chaulet, J. (2007). La confiance médiatisée : la confiance et sa gestion au sein des communications médiatisées. Thèse de doctorat en Sociologie, sous la direction d'Anne Sauvageot, Université de Toulouse

dans le mémoire, réalisée à partir de l'analyse de 564 avis positifs et négatifs recueillis sur le site BlaBlaCar. Cette étude a permis d'investiguer de manière quantitative et qualitative les contenus et les formes typiques des avis en ligne déposés sur les profils des conducteurs et des passagers. Elle nous a permis de voir qu'au sein des indices relationnels en particulier les photos, les avis en ligne, l'âge, le descriptif du trajet donnent lieu à de nombreuses projections. Plus l'individu a recueilli d'informations sur l'autre, plus sa vigilance est amoindrie, ses interprétations seront immédiates et son niveau de satisfaction sera élevé¹⁶². En reprenant l'exemple de la fonctionnalité Women Only de City Go il est possible, pour la plateforme médiatrice, de filtrer les informations d'identité des usagers. Il est possible que les services de covoiturage, en accord avec la capacité de socialisation élevée du covoiturage évoqué plus haut, s'adaptent à une demande forte d'identification entre les usagers en amont même de la rencontre. Cela pose la question du statut du médiateur, « entre-deux » relationnel. Il occupe dès lors une position duale, devenu interface et moyen de la mise en relation, il est, d'une part, *“agi par l'objet de la mise en relation et par ses utilisateur et, d'autre part, agit en retour sur ces derniers, modelant, les identités et les rôles des interactants, les façons d'entrer en contact et la nature et la définition même de l'objectif relationnel poursuivi par ses utilisateurs”*¹⁶³. Ainsi, la plateforme répond à des engagements d'un médiateur participant à la co-construction de sa structure.

Conscient de ce constat, nous considérons que les plateformes de mise en relation du covoiturage courte distance devraient adapter les dispositifs d'indices informationnelle à la pratique de cette mobilité. Nous avons déjà identifié plusieurs éléments constitutifs du covoiturage courte distance comme une mobilité à part entière. Dans l'optique de créer un référentiel commun simple d'accès pour les usagers, miser sur leur pratique du territoire semble une suite logique. C'est à dire qu'en plus des incitations informationnelles nécessaires on pourrait penser que les covoitureurs devraient approfondir leur “identité” sur les plateformes.

¹⁶² Karsenty, L. (2011). Confiance interpersonnelle et communications de travail, *Le Travail Humain*, 74 (2), 131-155

¹⁶³ Chaulet, J. (2009). Sélection, appariement et modes d'engagement dans les sites de mise en relation. *Réseaux*, 154, 131-164

c) La particularité du covoiturage courte distance, la routinisation de la confiance

De nombreux travaux démontrent le caractère indispensable de la dimension affective de la confiance¹⁶⁴. Il est vrai qu'il ne faut pas oublier de prendre en compte la dimension émotionnelle de la confiance. Cependant, nous n'aborderons cette notion que pour mettre en valeur une particularité du covoiturage court distance, qui dépasse les freins de confiance que l'on retrouve dans le covoiturage longue distance.

Pour Simmel, la confiance « *est un état intermédiaire entre le savoir et le non-savoir sur autrui [...] celui qui sait tout n'a pas besoin de faire confiance, celui qui ne sait rien ne peut raisonnablement même pas faire confiance* ». Comme nous l'avons vu, des dispositifs d'indices informationnels sont essentiels à l'introduction de quelques informations pour motiver l'utilisateur à covoiturer. Dans le cadre de covoiturations qui n'ont pas vocation à se reproduire, la dynamique doit donc sans arrêt être recommencée. Cependant, le covoiturage courte distance à vocation à permettre une pratique régulière et à la création de couple de covoitureurs. Ainsi le non savoir de Simmel, se résorbe de lui-même car l'inconnu est devenu connu. A la manière des définitions en creux de Quéré évoquées plus haut on peut considérer que la confiance disparaît derrière la force des habitudes.

Contrairement au covoiturage inter cité plus occasionnel, le covoiturage pendulaire s'organise plus rapidement en équipage, ce qui donne une routinisation de la confiance.

C) La médiation de la confiance entre le système et ses usagers

Au-delà de la confiance que l'on accorde aux autres usagers, Luhmann définit une autre facette de cette notion : la confiance décidée. Elle correspond à la confiance que l'on place dans des actions en amont de notre volonté comme par exemple pour un service ou un système déjà présent avant notre participation¹⁶⁵. Nous pouvons définir la confiance dans un

¹⁶⁴ Lee, J.D. & See, K.A. (2004). Trust in automation : Designing for appropriate reliance. HUMAN FACTORS, Vol. 46, No. 1, Spring 2004, pp. 50–80

¹⁶⁵ Luhmann, N. (2006). La Confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale, Paris, Economica ed

système comme « *l'attitude d'un individu envers un agent qui l'aidera à atteindre ses buts dans une situation caractérisée par de l'incertitude et de la vulnérabilité* »¹⁶⁶ .

a) La confiance dans un système, la question de la transparence

Nous considérons que la notion de système peut à la fois correspondre à une machine automatisée de contrôle de processus ou bien à un agent humain visant à la médiatisation. Le conducteur et le passager d'un covoiturage interagissent avec un service numérique de type application de téléphone mobile. L'explicitation de l'activité de recherche/dépôt d'un trajet en ligne est médiée par la plateforme, qui peut plutôt renvoyer vers un service, et non vers le système. Cependant, nous le répétons, selon notre hypothèse, la plateforme répond à des engagements d'un médiateur participant à la co-construction de sa structure, ce médiateur incarnant le système général de covoiturage renvoyant donc au système directement. Par exemple, un agent en contact avec un usager se présentera comme acteur du réseau pour lequel il travaille. La transparence doit être permanente dans la phase d'éparpillement du réseau, car c'est elle qui permet qu'une confiance s'instaure entre les actants¹⁶⁷ .

Nous situons les points de confiance dans les systèmes de covoiturage, en deux temps :

Le premier temps correspond à la question de la transparence organisationnelle que nous soulevions dans le premier chapitre de ce travail. Le ou la complémentarité des services doit être lisible pour l'usager mais aussi pour les acteurs internes des services. Le premier niveau est de réellement organiser le service au niveau des décisionnaires. C'est seulement dans un second temps que les acteurs de promotion pourront communiquer efficacement sur le service.

Dans un deuxième temps, il nous semble que le système doit savoir garantir la sécurité des usagers d'un service de covoiturage urbain. A la suite de nombreuses discussions avec les usagers des services de covoiturage de la métropole de Rennes, la question de la sécurisation intervenait souvent. Savoir qui covoiture avec qui, être capable de rassurer sur les mises en

¹⁶⁶ Lee, J.D. & See, K.A. (2004). Trust in automation : Designing for appropriate reliance. HUMAN FACTORS, Vol. 46, No. 1, Spring 2004, pp. 50–80

¹⁶⁷ Latour, B. (2006), *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, « Armillaire »,

relation physique est une nécessité pour des services de ce genre. Cette question de la sécurité décante celle de la transparence, car il est nécessaire de communiquer sur cette sécurité. Nous pouvons prendre l'exemple de Blablacar Daily qui est actuellement en campagne de communication pour demander à ses usagers de vérifier leur identité. Pour les systèmes de la métropole de Rennes, il est demandé aux usagers de renseigner leur carte Korriigo elle-même reliée à une pièce d'identité.

b) La confiance dans un système : les logiques de communauté pour une implication des usagers

Lorsqu'un individu inconnu appartient à une catégorie, à un groupe ou à un collectif particulier bien identifié, la confiance interpersonnelle est accordée plus rapidement car les caractéristiques de ce groupe lui sont directement attribuées, Louis Quéré appelle cette confiance la confiance « catégorielle »¹⁶⁸

Le premier objectif est alors d'identifier le groupe auquel on appartient. Dans notre cas, nous avons souligné l'hétérogénéité des pratiques sur des territoires distincts mais aussi à l'intérieur d'un même territoire. La nécessaire définition d'un groupe pour y intégrer des individualités a besoin d'un socle fédérateur, en quelque sorte un noyau. Dans ce sens, le service et le système qui y contribuent pourraient jouer le rôle de médiateur de la confiance catégorielle. Cependant il serait faux de croire que les usagers d'un service de covoiturage ont une confiance immédiate envers un individu inscrit à la même plateforme de réservation de covoiturage¹⁶⁹. La simple présence d'une communauté numérique ne serait donc pas si fédératrice, rappelant que covoiturer avec un inconnu reste une appréhension négative. Les individus accordent inévitablement une confiance plus rapide et supérieure aux membres de leur famille, puis à leurs amis, collègues de travail¹⁷⁰.

¹⁶⁸ Quéré, L. (2001). La structure cognitive et normative de la confiance. *Réseaux*, 108-4, 125-152

¹⁶⁹ Corrêia, G. & Viegas, J.M. (2011). Carpooling and carpool clubs: Clarifying concepts and assessing value enhancement possibilities through a Stated Preference web survey in Lisbon, Portugal. *Transportation Research Part A*. 45, 81-90

¹⁷⁰ Ibid Corrêia, G. & Viegas, J.M. (2011)

En écho avec la notion d'animation évoquée lors des résultats d'étude du premier chapitre, l'animation d'une communauté se précise lors de rencontres physiques entre usagers. Ici le noyau du réseau est formé par la figure incarné du tiers médiateur. La mise en place de ses événements intervient après des réalisations de covoiturage. C'est-à-dire que des usagers n'ayant pas covoiturés interviennent très rarement dans ces phases de socialisation externes.

En amont de ces rencontres socialisantes, les individus ne sont plus des covoitureurs, il sortent des points de passage étudiés. Il convient d'instaurer des dynamiques socialisantes afin de mobiliser les acteurs en dehors. Cette dynamique de communauté dans le covoiturage est encore trop peu étudiée et implique une complexité d'inter relation supplémentaire à l'environnement d'échange motivé par le partage d'un trajet.

Conclusion :

Notre étude a conclu de l'état d'entre-deux du covoiturage courte distance. Toujours dans un état de recherche de son modèle économique ou organisationnel, de nombreuses initiatives continuent d'expérimenter les possibilités de déploiement de cette nouvelle mobilité. Nous avons évoqué la nécessité de l'acteur public de se positionner sur ce secteur, par manque de réelle offre privée. Les différents acteurs se regroupent autour de cette colonne vertébrale à différents niveaux, soit directement avec le support des subventions publiques, soit en collaboration avec d'autres afin de trouver des services sur mesure pour les territoires les plus à même de fonctionner. Nous avons émis le souhait d'une organisation éclairée des services afin de régler le problème de transparence de la pratique, car nous considérons que le besoin de transparence d'un service de covoiturage urbain ne pourra avoir qu'un effet positif sur un engouement potentiel des individus réticents.

Notre travail de recherche est structuré par phases, suivant la logique même de celles nécessaires pour mettre en place un service opérationnel de covoiturage urbain et de courte distance. La catégorisation des freins et inconvénients mise en lumière dans notre travail a permis de décanter les différents environnements à prendre en compte lors de ces phases d'activation. Nous considérons que le covoiturage urbain doit s'organiser de sorte à remplir les conditions de la première phase pour accéder à la deuxième, et ainsi de suite. Notre hypothèse première du besoin de médiation permet de lier les éléments de chaque phase ensemble. Nous avons vu également la nécessité d'un médiateur entre les différents niveaux de maturité d'un service de covoiturage urbain. Ainsi, le premier besoin, qui est la structure organisationnelle de la pratique, nécessite un tiers médiateur pour convertir la confiance dans un système et permettre un usage accru. En accord pour une activation symétrique des différents niveaux de maturité d'une pratique de cette mobilité, la prise en compte, trop peu étudiée, des "points de passage" du covoiturage nous a aidé à identifier les pistes d'amélioration à expérimenter.

Nous avons essayé pour chaque partie de notre travail de prévoir un dispositif transversal permettant une meilleure analyse des relations info-communicationnelles. La figure du

médiateur intervient à différents niveaux. L'objectif de notre travail était de préciser la nature de l'acteur médiateur, dans la thématique du covoiturage urbain, toujours en train de se repositionner et de se redéfinir selon son rapport avec les autres acteurs du réseau. Afin de faire le lien entre les services et les usagers, le médiateur prend un rôle d'**animateur**, à la fois dans la promotion du service auprès de potentiels usagers, mais aussi avec des organismes comme les entreprises privées ou les acteurs publics. A noter que cette notion d'animation est reliée à celle de promotion du service. Par ailleurs, cette notion se retrouve dans l'environnement des outils et des espaces numériques qui peuvent bénéficier d'animation du service pour inciter ou faire la promotion de nouvelles fonctionnalités. Nous pouvons ici évoquer : newsletter, notification In-App ... Cependant l'environnement numérique et notamment son besoin d'innovation, nous révèle également que le médiateur devient **compilateur** des demandes et des besoins opérationnels qui pourraient échapper aux acteurs développeurs d'outils techniques. Nous avons également identifié la notion clé de la confiance dans les relations de covoiturage courte distance. Ce climat de confiance visant à minimiser les contraintes relationnelles entre les usagers, devient un rôle à part entière du médiateur qui devient **modérateur** du service. Ici encore, en précisant cette notion nous avons convenu de la division d'une modération entre les usagers mais également de l'usager avec l'organisation du service. Ces processus de communauté ou de regroupement, dépassant la simple mise en relation en vue d'un trajet covoituré, rejoignent notre idée selon laquelle le covoiturage urbain est une mobilité à part entière. En effet, dépassant les notions de transport individuel comme le vélo ou de transport en commun comme les réseaux de bus, le covoiturage urbain soulève la question d'un transport collectif où les espaces privés et publics se superposent.

Le tiers médiateur dont nous faisons l'hypothèse dans notre phase de problématisation endosse un rôle à multifacette capable de faire le lien entre les acteurs du covoiturage courte distance. Cette capacité transversale est une réponse à la complexité du covoiturage, visant à réunir les acteurs et actants clés de sa réalisation. Au-delà, de l'influence et de la nécessité d'un tiers médiateur, nous avons identifié de nombreux rôles incarnés dans un seul et même protagoniste. Cette diversité questionne ici un nouveau besoin de compréhension transversale. Le médiateur agrège de nombreux réseaux en lui-même dont les liens se divisent et comprennent les acteurs et actants dans un système d'éparpillement du réseau, identifié grâce à la théorie de l'acteur réseau. Aussi nous émettons l'hypothèse qu'une modélisation

des connexions, entre les différents besoins agrégés, apporterait une fluidité communicationnelle entre les éléments du covoiturage urbain pour une démultiplication de son usage.

Limites :

travail de comparaison entre les services de covoiturage urbains de Nantes et Rennes

Comme énoncé au début de ce travail, la territorialité du covoiturage est un élément essentiel de son déploiement. Nous aurions aimé approfondir ce champ d'étude dans notre travail en menant un travail de comparaison entre des services de covoiturage et de quel manière chaque pouvoir territorial s'empare et met en place les réseaux de partage de voitures propres à ses infrastructures, ses méthodes de transports et la manière de déplacement de ses citoyens.

Nous aurions aimé entreprendre une comparaison des services de covoiturage urbains mis à disposition entre les métropoles de Rennes et de Nantes. Au-delà de la forte implication de ces deux communes dans leur politique de mobilité, cette comparaison est intéressante du point de vue organisationnel. En effet, les deux réseaux sont délégués au groupe Keolis France. Le réseau STAR pour Rennes et le TAN pour Rennes. Cependant, Keolis n'est pas impliqué de la même manière sur les deux territoires. Les deux métropole offrent un service de covoiturage ancré sur leur territoire (Covoit'Tan et Covoit'STAR) mais dans le cas de Rennes c'est le transporteur public qui est seul opérateur, tandis que la métropole de Nantes et Keolis Nantes ont fait appel à Klaxit, une entreprise de covoiturage urbain dont le covoiturage est la spécialité, pour offrir un service. Nous pouvons rappeler que la métropole de Rennes a mis en place une ligne de covoiturage régulière expérimentale en collaboration avec la start-up Ecov, professionnelle pour les services de ligne de covoiturage. De son côté, la métropole de Nantes est en pleine interrogation sur l'implantation d'une telle infrastructure.

Il sera bien évidemment intéressant d'interroger dans quelle mesure les initiatives et les politiques de ces deux communes se nourrissent entre elles. Un autre aspect d'interrogation inscrit dans notre étude aurait pu porter sur une analyse comparative des campagnes de communication entre les deux métropoles. Là encore, les acteurs impliqués diffèrent et leur coordination divergent. Mais c'est également dans leur rapport au usager via les services de covoiturage que nous aurions aimé positionner nos interrogations.

Bibliographie

- Alain R., Aguilera A., et Guillot C. (2009) « Diffusion des TIC et mobilité : permanence et renouvellement des problématiques de recherche », *Flux*, vol. 78, no. 4, , pp. 7-16
- Amar, G. (2016). *Homo mobilis : une civilisation du mouvement*. Fyp éditions
- Akrich. M (1998), « Les utilisateurs, acteurs de l'innovation », *Éducation Permanente*, Paris, no. 134, p. 79-89
- Baker, M.J. (1994). A Model for Negotiation in Teaching-Learning Dialogues. *Journal of Artificial Intelligence in Education*, 5(2), 199-254
- Bardini, T., Horvath, A. T. (1995), "The Social Construction of the Personal Computer User: The Rise and Fall of the Reflexive User", *Journal of Communication*, 45(3), p. 40-65
- Benamour Y., (2000) « Confiance interpersonnelle et confiance institutionnelle dans la relation client - entreprise de service : une application au secteur bancaire français », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, , Université Paris IX Dauphine
- Bernard, F. (2000), "Le lien communicationnel en organisation", *Sciences de la Société*, 50/51, 2000, p. 36
- Belton L., De Coninck F., (2006), « Des frontières et des liens. Les topologies du privé et du professionnel pour les travailleurs mobiles », *Réseaux* n°140, pp. 67-100
- Bidault F. & Jarillo C. (1995) « La confiance dans les transactions économiques », In *Confiance, Entreprise et Société*, Bidault et al., ESKA, Paris .
- Breton P. (1997) *L'utopie de la communication. Le mythe du village planétaire*. Paris : La Découverte
- Bonnel P. (2002). *Prévision de la demande de transport*. Economies et finances. Université Lumière - Lyon II,
- Borja, S., Courty, C., Ramadier, T (dir.) (2013), « Approches critiques de la mobilité », *Regards sociologiques*, n° 45-46,
- Boumhaouad, H. (2017) « Pratiques info-communicationnelles des usagers des dispositifs numériques. Théorie de l'acteur-réseau », *Les Cahiers du numérique*, vol. 13, no. 3-4, , pp. 137-166

- Bourdieu P. (2000 [1972]), *Esquisse d'une théorie de la pratique : Précédé de trois études d'ethnologie kabyle*, Paris, Seuil.
- Bourdieu, P. La domination masculine, Paris, Seuil, coll. « Liber », 1998, 142 p
- Callon, M. (1986) « Éléments pour une sociologie de la traduction. La domestication des coquilles Saint-Jacques dans la Baie de Saint-Brieuc », dans *L'Année sociologique*, n°36,
- Ciari, F., Schuessler, N. & Axhausen, K.W. (2012). Estimation of Carsharing Demand Using an Activity-Based Microsimulation Approach: Model Discussion and some Results. *International Journal of Sustainable Transportation*, 7 (1), pp. 70-84
- Creno L. (2016), *Covoiturer entre inconnus : des risques perçus à la construction de la confiance, panorama des expériences vécues des usagers*, Thèse de doctorat en psychologie ergonomique, Télécom ParisTech
- Chalard, L. (2011). Les communes périphériques à croissance spectaculaire: Des boomburbs à la française ?. *Population & Avenir*.
- Chaulet, J. (2007). La confiance médiatisée : la confiance et sa gestion au sein des communications médiatisées. Thèse de doctorat en Sociologie, sous la direction d'Anne Sauvageot, Université de Toulouse
- Chaulet, J. (2009). Sélection, appariement et modes d'engagement dans les sites de mise en relation. *Réseaux*, 154, 131-164
- Clavel R., LEGRAND P. (2009), *Le covoiturage dynamique : étude préalable avant expérimentation*, Lyon, CERTU.
- Corrêa, G. & Viegas, J.M. (2011). Carpooling and carpool clubs: Clarifying concepts and assessing value enhancement possibilities through a Stated Preference web survey in Lisbon, Portugal. *Transportation Research Part A*. 45, 81-90
- Colleyn, J-P., Dozon, J-P., (2008) « Lieux et non-lieux de Marc Augé », *L'Homme*, 185-186
- Cosnier, J. (1994). *Psychologie des émotions et des sentiments*, Retz : Paris
- Court, M. (2016). Incorporation. Dans : Juliette Rennes éd., *Encyclopédie critique du genre* (pp. 321-330). Paris: La Découverte.
- Dacheux, E. « Utopie et SIC », *Communication* [En ligne], Vol. 26/2 | 2008, mis en ligne le 09 octobre 2009, consulté le 25 juillet 2022

- Deakin, E., K.T. Frick & Shively, K.M. (2010). Markets for Dynamic Ridesharing? Case of Berkeley, California. Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board, No. 2187. Transportation Research Board of the National Academies, Washington, D.C., pp. 131–137
- Delaunay T. (2018) L'intégration du covoiturage dans le système de mobilité francilien : hybrider le transport collectif et individuel pour asseoir l'hégémonie de l'automobile ?. Architecture, aménagement de l'espace. Université Paris-Est,
- Delaunay T. et Baron N (2019) « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d'affaires ? », *Belgeo* [En ligne], 4 |
- Descartes à Mersenne. Amsterdam, 20 novembre 1629. Texte de Clerselier, tome I, lettre 111, p. 498-502
- Dupré, M. (2014). Représentation sociale du covoiturage : des contraintes perçues au faire-ensemble, *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, 66, 97-113.
- Dupuy G. (1995), *Les territoires de l'automobile*, Paris, Economica, coll. Villes.
- Galand, B. (2006). Avoir confiance en soi, Chap. 16., dans *Apprendre à faire apprendre*. Sous la direction d'Étienne Bourgeois et Gaëtane Lachapelle. Presses Universitaires de France
- Gaudart, C., Delgoulet, C., & Chassaing, K. (2008). La fidélisation de nouveaux dans une entreprise du BTP : Approche ergonomique des enjeux et des déterminants. *Activités*, 5(2), pp. 2-24
- Goffman, E. (1974). *Les rites d'interaction*. Paris : Les Editions de Minuit
- Gracq, J. (1985), "La forme d'une ville", Ed. José Corti, p.1
- Flichy, P. (2001). *L'imaginaire d'Internet*. La Découverte
- Jacquot, M. (2018). Quel futur pour le covoiturage ? Comment surmonter les obstacles ?. *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 2018, 52-55
- Karsenty, L. (2011). Confiance interpersonnelle et communications de travail, *Le Travail Humain*, 74 (2), 131-155
- Kaufmann, V. (2005). *Mobilités et réversibilités : vers des sociétés plus fluides ?*
- Kerouac, J. (1957), *Sur la route*, p.481-482, *Editions Gallimard*.
- Ladmiral, J.R. & Lipiansky, E.M. (1989). *La communication interculturelle*. Paris, Armand Colin, 318 p

- Lamizet, B. (1999), *La médiation culturelle*, Paris, Editions L'Harmattan
- Latour, B. (2006), *Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, « Armillaire »
- Lee, J.D. & See, K.A. (2004). Trust in automation : Designing for appropriate reliance. HUMAN FACTORS, Vol. 46, No. 1, Spring 2004, pp. 50–80
- Lefèvre C., Offner J.M. (1990), *Les transports urbains en question : Usages – Décisions – Territoires*, CELSE
- Lejoux P. (2014), « Les entreprises face à la mutation énergétique : l'enjeu de la mobilité dans les territoires périurbains de la métropole lyonnaise », *Revue Géographique de l'Est, Mutations des systèmes productifs en France*
- Leplat, J. (1997). *Regards sur l'activité en situation de travail*. Paris: Presses Universitaires de France
- Levin, I. (1982). Measuring Tradeoffs in Carpool Driving Arrangement Preferences. *Transportation (pre-1986)*, 11(1), 71- 85
- Lévy, J. (1994) *Urbanité : à inventer. Villes : à décrire*. In: *Les Annales de la recherche urbaine*, N°64, . Parcours et positions. pp. 11-16.
- Lévy J., (2000), "Les nouveaux espaces de la mobilité", in Bonnet ., Desjeux D., (éds), 2000, *Les territoires de la mobilité*, Paris, PUF, 155-170
- Luhmann, N. (2006). *La Confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale*, Paris, Economica ed.
- Marc, A. (1992) *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris, Le Seuil
- Margolin, J.B., Misch, M.R., & Stahr, M. (1978). Incentives and disincentives of ride sharing. *Transportation Research Record*, 673, 7-15
- Mayer, R.C., Davis, J.H. & Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20-3, p.712
- Möllering, G. (2001). The Nature of Trust : from Georg Simmel to a Theory of Expectation, Interpretation and Suspension, *Sociology*
- Ogien, A. & Quéré, L. (2006). Les moments de la confiance. *Connaissance, affects et engagements*. Paris, Economica (Coll. « Etudes sociologiques »), p.236

- Patrascu, M. (2010) « Saisir les pratiques sociales du point de vue de leur organisation. Revisiter le concept de médiation », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. , no. 2, 2010, pp. 58-70.
- Proulx, S. (2006) Pour comprendre l'usage des objets communicationnels, (re)penser le constructivisme Signe, culture et lien social à l'ère des réseaux, *Degrés*, no. 126-127, Bruxelles, p. B1-B18
- Quéré, L.(1990), "Agir dans l'espace public". In Pharo, P. et Quéré L. *Les formes de l'action*. Paris : EHESS, (Raisons Pratiques I)
- Quéré, L. (2001). La structure cognitive et normative de la confiance. *Réseaux*, 108-4, 125-152.
- Quinton, P., (2007) « L'artefact : un objet du faire« , *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°08/2,
- Richard, I. (2011). Facteurs et processus psychosociaux du changement pour l'adoption de comportements pro environnementaux : le cas du covoiturage. Thèse de doctorat en Psychologie, Université de Provence, Aix en Provence.
- Sajous P., Salze P. et Bailly-Hascoët V. (2020) « Système automobile et modèles de transports : quelles évolutions pour planifier la mobilité de demain ? », *Flux*, vol. 119-120, no. 1-2, pp. 173-184.
- Seal W.B., "Relationship banking and the management of organizational trust", *International Journal of Bank Marketing*, 1998, vol 16, n° 3, pp 102-107
- Schwanen, T., Banister, D., & Anable, J. (2012). Rethinking habits and their role in behaviour change: the case of low-carbon mobility. *Journal of Transport Geography*, 24(-), 522-532.
- Thuderoz, C. (2003). Introduction au propos: La confiance en question, In Mangematin V., Thuderoz C. (eds.) *Des mondes de confiance. Un concept à l'épreuve de la réalité sociale*, Paris, CNRS ed., p.19-30
- Urry, John. (2005). *Sociologie des mobilités: Une nouvelle frontière pour la sociologie ?*. (Burch, N.) Paris. Armand Colin
- Verplanken, B., Aarts, H., & van Knippenberg, A. (1997). Habit, information acquisition, and the process of making travel mode choices. *European Journal of Social Psychology*, 27, 539-560
- Viard, Jean (2006) , "Éloge de la mobilité, essai sur le capital temps libre et la valeur travail", *La Tour-d'Aigues*, éditions de l'Aube, « Mondes en cours »
- Vincent, S. (2008). *Les altermobilités : analyse sociologique d'usages de déplacements alternatifs à la voiture individuelle. De pratiques de déplacements*

alternatifs à la voiture individuelle. Des pratiques en émergence?, Thèse Université de Paris 5, Sorbonne

- Wafa, K. (2000) Processus de construction de la confiance et configuration de contrôle de gestion. Revue Tunisienne des Sciences de Gestion, pp.2-14
- Watier, P. (2000). Le savoir sociologique, Paris, Desclée de Brouwer., p.184

Rapports d'étude et de recherche

- Rapport CEREMA de 2018
https://www.cerema.fr/system/files/documents/2019/07/cerema_ra_2018.pdf
- CGDD (2018), Les facteurs d'évolution des émissions de CO² liées à l'énergie en France entre 1990 et 2016
- ADEME : Développement du covoiturage régulier de courte et moyenne distance. Méthodologie
- Enquête Nationale Transports Déplacements (ENTD) 2018-2019

Sites internet

- <https://www.iledefrance-mobilites.fr/actualites/encourager-covoiturage-revolutionner-l-offre-grace-numerique> consulté pour la dernière fois le 15/12/2021
- https://www.systra.com/expert_insights/comment-favoriser-le-developpement-du-covoiturage-courte-distance-dans-une-politique-publique-de-mobilite/ consulté dernièrement le
- <https://www.transbus.org/dossiers/covoiturage.html> consulté dernièrement le 28 décembre 2021
- <https://pro.mobicoop.fr/lignes-de-covoiturage-concept-innovant-objet-marketing/> consulté dernièrement le 28 décembre 2021
- <https://www.citygo.io/women-only/> consulté dernièrement le 16 juillet 2022

Annexes

Annexe 1

Entretiens numéro 1 :

Questionnaire semi directif : Rennes Métropole

1) Quel est l'objectif premier de RM vis à vis du covoiturage urbain ?

- Faire fonctionner le covoiturage sur son territoire ou faire fonctionner les services de covoiturage dépendant d'elle ?
- Proposer intermodalité ou service à part entière ?
- Tester tout simplement ?

Rennes Métropoles s'est emparée du covoiturage avant d'autres, avant même les incitations de la loi LOM de 2019, pour ce genre de service. Dès 2018, c'est le lancement de Covoit'STAR vous avez été pionnier. Quel était l'objectif premier de RM vis à vis du covoiturage urbain ?

Je vais vous dire, les mêmes motivations que ont toutes les Métropoles en ce moment. C'est de faire la promotion de la mobilité décarbonée pour relever les enjeux de la transition écologique. C'est enjeux là et ces objectifs avaient déjà été définis. Le covoiturage en tout cas avait déjà été identifié comme un levier et une solution, on va dire dès 2016/2017, parce que pour mettre Covoit'STAR en service en 2018 c'est déjà issu de discussions. Donc c'est une orientation, que nous avons, que les élus avaient pris en 2016, qui a émergé aussi au moment de l'élaboration du plan de déplacement urbain, même si le plan de déplacement urbain n'as été finalisé qu'en 2019, la réflexion autour de la mobilité à horizon 2030 été déjà bien en amont. Donc toujours pareil. L'idée de ne pas créer de nouvelles infrastructures, de développer de la mobilité partagée, décarbonée. Sachant que l'on avait des demandes fortes sur le territoire pour faire beaucoup de liaisons transversales de communes à communes, où il n'y a pas de potentiel pour mettre du transport qui soit soutenable financièrement.

Et donc tout ça à fait, en fait, que le covoiturage est apparu assez rapidement comme un mode de déplacement à promouvoir et à organiser

- *Le véritable objectif de RM est-il de faire fonctionner le covoiturage sur son territoire ? Ou plutôt une politique plus ciblée avec Keolis et donc de favoriser les services qui dépendent d'elle ?*

Non, non. Les enjeux c'est bien de faire ou de développer le covoiturage et pas le service de covoiturage de Rennes Métropole si c'est ça la question. C'est pour ça qu'en fait... Pourquoi c'est parti, et c'est dans la DSP et c'est bien cette volonté là. Ça a été exprimé dans le cadre du contrat. Keolis a proposé un premier outil de covoiturage dynamique. Covoit'STAR. J'ai envie de dire qui répondait, qui permettait de répondre rapidement à la demande... En tout cas, qui permettait de proposer rapidement un service. Ce que d'autres ne proposaient pas. A l'époque, à part un blabla sur les longues distances, personne ne voulait s'occuper du covoiturage au quotidien. Au quotidien ou covoiturage urbain, en tout cas courte distance. Ça n'intéresse personne, ça n'a pas de modèle économique tangent, donc pas d'offres privées. Donc c'est pour ça aussi que c'est revenu, et que la métropole a décidé de prendre le sujet et de l'organiser. Mais si il y avait eu d'autres offres, d'autres alternatives, peut-être que la question aurait été différente. Il y a une absence d'autre, donc en fait on est parti développer le service, et en parallèle on a développé, on s'est mis en partenariat pour développer OuestGo à l'échelle de la Bretagne même de l'ouest un peu élargi. Donc tout ça pour dire qu'on est pas juste parti avec un contrat avec Keolis, y a aussi l'action OuestGo qui est une action covoiturage quotidien, qui est donc plus de faire des, de mettre en place des équipages un peu pérenne et moins dynamique j'ai envie de dire, moins spontanée j'ai envie de dire donc c'est un peu complémentaire et donc la métropole c'est aussi engagée dans cette démarche, qui n'est pas aussi une démarche avec son exploitant.

2) Pourquoi Rennes Métropole tient-elle à jouer un rôle dans la gouvernance du covoiturage urbain sur son territoire ? Est ce une nécessité, pour le développement du covoiturage, qu'il y ait un acteur public qui s'en empare.

C'est ce que je vous disais à l'instant. Pour l'acteur public, ça commence à émerger... après oui. Il y a des acteurs qui commencent à proposer quelques lignes ou quelques services. Mais c'est l'absence d'initiative privée, puisque l'absence de modèle économique sur le court covoiturage qui a fait que on a développé le service. Je réponds à la question mais, c'est pas une volonté de maîtriser ou de gouverner tout le covoiturage sur le territoire. C'est pas du tout ça l'approche. C'est que le covoiturage est nécessaire et est un axe important de développement pour tout ce qui est service de mobilité sur le territoire, en tout cas identifié comme ça... Donc étant donné que RM a la compétence mobilité, elle s'empare du sujet en l'absence d'initiative ou d'offre privé.

Comme une place par défaut ?

C'est ça, c'est ça. Si il y avait eu un service efficace, si le blabla du quotidien s'était mis en place et fonctionnait, il y avait pas de sujet

De nouvelles routes sont en train d'être construites sur le territoire de Rennes, avec des accès spécifiques au bus et à la pratique du covoiturage. Est ce que c'est une façon pour vous de promouvoir le covoiturage et de le rendre visible en tout cas ?

Bah ça va rendre de la visibilité et surtout ça va rendre un service. C'est à dire qu'on aide, qu'on va donner un coup de pouce. On va avoir des voies réservées, donc quelque part de la fluidité sur les périodes de congestion, donc on donne un avantage à la mobilité partagée comme type de transport dont le covoiturage. Donc non seulement ça donne à voir et ça aide à faire connaître et en plus ça donne un avantage. Ça a voir donc effectivement dans l'animation et la promotion du service. C'est une forme d'incitatif.

Quelle a été la motivation, qu'il n'y ait pas d'échange d'argent, comme incitatif monétaire ? Pourquoi pas de système monétaire ici ?

Bah parce que, je pense que c'était un système assez complexe. Je ne suis pas sûr qu'à l'époque, la LOM n'était pas sortie, je ne pas sûr qu'on avait le cadre juridique pour le faire. Je pense qu'il y avait un défaut réglementaire à ce moment-là. Et... simplement une notion de budget, je ne sais plus trop en fait, je ne sais plus ce qu'il y avait dedans et surtout ça restait des petites distances... enfin surtout ça faisait la création de beaucoup de portefeuille, ça complexifie je pense petit à petit. Tout ça n'était pas encore suffisamment mûr à l'époque, mais de mémoire la question s'était aussi posée politiquement. Et y avait pas une envie politique d'aller vers...de mémoire, il faudrait retrouver je pense... d'aller sur de la rémunération.

Quand vous parlez d'envie politique c'est à dire ?

Bah c'est à dire, que déjà de se dire que déjà partager... proposer la gratuité de transport c'était déjà plus la démarche qui était proposée plutôt que remettre du budget. Mais j'ai un peu de doute parce que ça date tout ça. Il y a eu beaucoup d'échanges et d'évolution. Nous notre demande, la demande politique pour Star't et nos convictions les uns les autres, c'est de rémunérer les passagers. Parce qu'aujourd'hui, on voit sur la ligne Star't, c'est bien plus facile de recruter un conducteur, de trouver quelqu'un qui veut bien partager sa voiture, que de trouver quelqu'un qui veut bien laisser sa voiture chez lui et se laisser transporter, et quelque part partir un peu sans filer ou prendre le risque de partir et de ne pas maîtriser son trajet. Sauf qu'aujourd'hui, le cadre réglementaire de la LOM, interdit, n'autorise pas en tout cas la rémunération des passagers. On ne peut pas aller au-delà de la gratuité pour un passager. C'est écrit certainement maladroitement ou c'est vraiment volontaire cette écriture mais vraiment. Mais bien sûr si il y avait un changement réglementaire il y aurait une envie politique d'aller sur de l'incitatif pour recruter des passagers.

~~3) Star't, Covoit'STAR, OuestGO... plusieurs services associés à plusieurs acteurs différents (publics, privés, historique) avec des objectifs différents. Pourquoi avoir autant de services et de collaborateurs ?~~

4) Comment expliquez vous la difficulté de la mise en place du covoiturage courte distance en France ? Est-ce un problème au niveau des acteurs ? des modèles économiques ? De la pratique en elle-même ?

Effectivement, il y a un sujet, c'est l'économie. Les distances sont tellement courtes que les partage de frais sont dérisoires avec une contrainte forte, c'est, c'est le modèle économique. C'est la distance, la contrainte. On est sur du covoiturage au quotidien, où on est plus contraint, moins flexible et sur des distances courtes. Donc est ce qu'on est prêt à faire un effort, à être contraint sur des distances courtes sans rien... Parce que les enjeux financiers sont faibles... voilà. C'est tout ce qui fait que c'est compliqué à développer. Et j'ai envie de dire c'est pas pris par les entreprises. Même nous qui nous en occupons que ce soit par la DSP ou par ailleurs, on voit que on y met beaucoup d'énergie et que les résultats ne sont pas à la hauteur.

5) En reprenant un article paru le sur le site de "Place Publique" en 2010, Marion Steunou faisait référence à la mise en visibilité de la pratique vélo, grâce aux stations libre service, quant est il du covoiturage ? (ligne star't, logo covoiturage sur les nouvelles routes périurbaines, ...). Avez-vous d'autres solutions pour amener à un changement de comportement modal significatif ?

En fait y' a pas une seule solution, c'est un peu comme les actions. C'est-à-dire que pour que le covoiturage fonctionne il faut qu'il y ait quelque part un service, des outils qui fonctionnent. Il faut en faire une animation et faire de la communication. Et donc la partie visible des aires de covoiturage c'est comme un arrêt de bus pour un réseau de transport. Un arrêt de bus participe au fait de faire connaître qu'il y ait un réseau de transport comme les véhicules y contribuent. Pour le covoiturage effectivement, les véhicules ne contribuent pas, donc de créer des aires c'est une manière de montrer qu'il y a un service, mais c'est pas l'unique levier. Il faut bien la combinaison de l'ensemble.

6) De quelle manière appréhendez vous la place des outils dans l'expansion du covoiturage urbain ? Le téléphone ? l'habitable de la voiture ? (plateforme mise en relation, numérique , data, développement)

7) Le covoiturage est un modèle ou l'utilisateur est à la fois l'offre et la demande. Selon vous quel rôle doit jouer l'utilisateur dans l'innovation des services de covoiturage du territoire rennais ?

Bah j'ai envie de dire de manière générale, quand on crée un nouveau service, on fait des études qualitatives auprès de potentiels usagers pour vérifier le calibrage de notre offre. Et j'ai envie de dire pour la ligne Star't c'est ce qui a été fait. Donc soit en amont de la mise en service, soit après pour avoir un retour du bien fait, mal fait ou ce qu'il y a améliorer. Donc oui l'utilisateur, et son avis, ou potentiel usager ou potentiel passager, son avis est intéressant et on essaye au maximum de récupérer des avis et ses intentions. Et après voilà il y a des études, on fait des fois des focus, des études d'écoute potentiels d'utilisateur, et sur les applis il y a la possibilité de faire des retours et il y a aussi des cafés et animations autour du covoiturage pour entendre les usagers.

8) Vous avez énoncé plusieurs fois cette notion d'animation nécessaire. Pourquoi est-ce essentiel ?

Pourquoi il y a besoin d'animation ? Bah parce que on voit, quand on fait de l'écoute client, il y a toujours des personnes qui trouvent que c'est une bonne idée c'est sûr. Ça peut répondre aux problèmes de congestion, à la transition écologique, mais ça demande, quelque part de changer ses habitudes, un changement de comportement, et la simple existence d'un service et d'un outils, on le remarque, n'est pas suffisant. Il faut convaincre, accompagner, les personnes pour faire ce changement de pratique et pour utiliser les services. Pourquoi, oui, je sais pas. Parce que effectivement, il y a besoin sur le covoiturage plus qu'ailleurs encore bah de rassurer. Ce qu'on a mis en place sur la ligne Star't, la garantie départ, là je viens de voir un retour d'étude sur le sujet, on va dire c'est centrale cette notion de garantie départ. On a un besoin d'être accompagné, d'être rassuré et de ne pas se retrouver en carafe le matin avec quelqu'un et de ne pas savoir quand on rentre le soir. Donc il y a besoin de mettre les gens en relation, de les motiver, de les rassurer et de leur montrer que ça peut fonctionner aussi. Et plus il y aura des utilisateurs et plus ça fonctionnera effectivement

Vous faites le lien entre l'animation des services et le changement de comportement modal. Que préconisez vous de manière plus générale ?

Donc la ça se fait en lien avec la DSP mais effectivement c'est des moyens humains et financiers pour faire que les gens se rencontrent. Humaniser aussi quelque part le service. Par des forums. Des soirées. Pour créer un peu cette notion de communauté. Pour créer la confiance et la réassurance. Et pour en faire la promotion. Il y a ces moyens qu'on a en interne, d'intervenir sur les pôles et zones d'emplois pour s'adresser directement aux salariés et faire la promotion du covoiturage aussi au niveau de la source du motif de déplacement quoi.

Donc en replaçant l'humain au centre des préoccupations du covoiturage, peut-on le considérer comme une mobilité plus humaine que les autres ?

Bah c'est à dire que oui. Enfin non je sais pas. En tout cas plus collectif que les autres. On se laisse transporter par un conducteur, on prend son vélo tout seul, on prend sa voiture tout seul, il y a un sentiment de collectif dans le covoiturage et une dimension de création sociale beaucoup plus forte.

Comment est ce que vous voyez l'équilibre à faire entre l'humanité que demande le covoiturage et l'obligation de passer par le numérique, quel équilibre ?

Bah moi j'ai un avis sur le numérique, et que ça ne peut rester qu'un outil mais que forcément, j'ai envie de dire, c'est un outil mais c'est pas la base, c'est pas le socle. Le socle c'est l'offre, c'est la communication et le numérique vient faciliter pour l'utilisateur mais c'est pas lui qui crée le service quoi. J'ai toujours un doute sur le numérique. Parce que y'aura pas ce côté rassurant et comment on fait pour que les gens s'y mettent ? C'est surtout ça. On est dans une région à partager donc pour les conducteurs c'est possible mais le problème actuellement c'est de mettre des gens comme passagers.

Entretien numéro 2 :

Questionnaire semi directif : Rennes Métropole

1) Quel est l'objectif premier de RM vis à vis du covoiturage urbain ?

- Faire fonctionner le covoiturage sur son territoire ou faire fonctionner les services de covoiturage dépendant d'elle ?
- ~~— Proposer intermodalité ou service à part entière ?~~
- ~~— Tester tout simplement ?~~

Rennes Métropoles s'est emparée du covoiturage avant d'autres, avant même les incitations de la loi LOM de 2019, pour ce genre de service. Dès 2018, c'est le lancement de Covoit'STAR vous avez été pionnier. Quel était l'objectif premier de RM vis à vis du covoiturage urbain ?

Je vais vous dire, les mêmes motivations que ont toutes les Métropoles en ce moment. C'est de faire la promotion de la mobilité décarbonée pour relever les enjeux de la transition écologique. C'est enjeux là et ces objectifs avaient déjà été définis. Le covoiturage en tout cas avait déjà été identifié comme un levier et une solution, on va dire dès 2016/2017, parce que pour mettre Covoit'STAR en service en 2018 c'est déjà issu de discussions. Donc c'est une orientation, que nous avons, que les élus avaient pris en 2016, qui a émergé aussi au moment de l'élaboration du plan de déplacement urbain, même si le plan de déplacement urbain n'a été finalisé qu'en 2019, la réflexion autour de la mobilité à horizon 2030 était déjà bien en amont. Donc toujours pareil. L'idée de ne pas créer de nouvelles infrastructures, de développer de la mobilité partagée, décarbonée. Sachant que l'on avait des demandes fortes

sur le territoire pour faire beaucoup de liaisons transversales de communes à communes, où il n'y a pas de potentiel pour mettre du transport qui soit soutenable financièrement.

Et donc tout ça à fait, en fait, que le covoiturage est apparu assez rapidement comme un mode de déplacement à promouvoir et à organiser

- ***Le véritable objectif de RM est-il de faire fonctionner le covoiturage sur son territoire ? Ou plutôt une politique plus ciblée avec Keolis et donc de favoriser les services qui dépendent d'elle ?***

Non, non. Les enjeux c'est bien de faire ou de développer le covoiturage et pas le service de covoiturage de Rennes Métropole si c'est ça la question. C'est pour ça qu'en fait... Pourquoi c'est parti, et c'est dans la DSP et c'est bien cette volonté là. Ça a été exprimé dans le cadre du contrat. Keolis a proposé un premier outil de covoiturage dynamique. Covoit'STAR. J'ai envie de dire qui répondait, qui permettait de répondre rapidement à la demande... En tout cas, qui permettait de proposer rapidement un service. Ce que d'autres ne proposaient pas. A l'époque, à part un blabla sur les longues distances, personne ne voulait s'occuper du covoiturage au quotidien. Au quotidien ou covoiturage urbain, en tout cas courte distance. Ça n'intéresse personne, ça n'a pas de modèle économique tangent, donc pas d'offres privées. Donc c'est pour ça aussi que c'est revenu, et que la métropole a décidé de prendre le sujet et de l'organiser. Mais si il y avait eu d'autres offres, d'autres alternatives, peut-être que la question aurait été différente. Il y a une absence d'autre, donc en fait on est parti développer le service, et en parallèle on a développé, on s'est mis en partenariat pour développer OuestGo à l'échelle de la Bretagne même de l'ouest un peu élargi. Donc tout ça pour dire qu'on est pas juste parti avec un contrat avec Keolis, y a aussi l'action OuestGo qui est une action covoiturage quotidien, qui est donc plus de faire des, de mettre en place des équipages un peu pérenne et moins dynamique j'ai envie de dire, moins spontanée j'ai envie de dire donc c'est un peu complémentaire et donc la métropole c'est aussi engagée dans cette démarche, qui n'est pas aussi une démarche avec son exploitant.

2) Pourquoi Rennes Métropole tient-elle à jouer un rôle dans la gouvernance du covoiturage urbain sur son territoire ? Est ce une nécessité, pour le développement du covoiturage, qu'il y ait un acteur public qui s'en empare.

C'est ce que je vous disais à l'instant. Pour l'acteur public, ça commence à émerger... après oui. Il y a des acteurs qui commencent à proposer quelques lignes ou quelques services. Mais c'est l'absence d'initiative privée, puisque l'absence de modèle économique sur le court covoiturage qui a fait que on a développé le service. Je réponds à la question mais, c'est pas une volonté de maîtriser ou de gouverner tout le covoiturage sur le territoire. C'est pas du tout ça l'approche. C'est que le covoiturage est nécessaire et est un axe important de développement pour tout ce qui est service de mobilité sur le territoire, en tout cas identifié comme ça... Donc étant donné que RM a la compétence mobilité, elle s'empare du sujet en l'absence d'initiative ou d'offre privé.

Comme une place par défaut ?

C'est ça, c'est ça. Si il y avait eu un service efficace, si le blablacar du quotidien s'était mis en place et fonctionnait, il y avait pas de sujet

De nouvelles routes sont en train d'être construites sur le territoire de Rennes, avec des accès spécifiques au bus et à la pratique du covoiturage. Est ce que c'est une façon pour vous de promouvoir le covoiturage et de le rendre visible en tout cas ?

Bah ça va rendre de la visibilité et surtout ça va rendre un service. C'est à dire qu'on aide, qu'on va donner un coup de pouce. On va avoir des voies réservées, donc quelque part de la fluidité sur les périodes de congestion, donc on donne un avantage à la mobilité partagée comme type de transport dont le covoiturage. Donc non seulement ça donne à voir et ça aide à faire connaître et en plus ça donne un avantage. Ca a voir donc effectivement dans l'animation et la promotion du service. C'est une forme d'incitatif.

Quelle a été la motivation, qu'il n'y ait pas d'échange d'argent, comme incitatif monétaire ? Pourquoi pas de système monétaire ici ?

Bah parce que, je pense que c'était un système assez complexe. Je ne suis pas sûr qu'à l'époque, la LOM n'était pas sortie, je ne pas sûr qu'on avait le cadre juridique pour le faire. Je pense qu'il y avait un défaut réglementaire à ce moment-là. Et... simplement une notion de budget, je ne sais plus trop en fait, je ne sais plus ce qu'il y avait dedans et surtout ça restait des petites distances... enfin surtout ça faisait la création de beaucoup de portefeuille, ça complexifie je pense petit à petit. Tout ça n'était pas encore suffisamment mûr à l'époque, mais de mémoire la question s'était aussi posée politiquement. Et y avait pas une envie politique d'aller vers...de mémoire, il faudrait retrouver je pense... d'aller sur de la rémunération.

Quand vous parlez d'envie politique c'est à dire ?

Bah c'est à dire, que déjà de se dire que déjà partager... proposer la gratuité de transport c'était déjà plus la démarche qui était proposée plutôt que remettre du budget. Mais j'ai un peu de doute parce que ça date tout ça. Il y a eu beaucoup d'échanges et d'évolution. Nous notre demande, la demande politique pour Star't et nos convictions les uns les autres, c'est de rémunérer les passagers. Parce qu'aujourd'hui, on voit sur la ligne Star't, c'est bien plus facile de recruter un conducteur, de trouver quelqu'un qui veut bien partager sa voiture, que de trouver quelqu'un qui veut bien laisser sa voiture chez lui et se laisser transporter, et quelque part partir un peu sans filer ou prendre le risque de partir et de ne pas maîtriser son trajet. Sauf qu'aujourd'hui, le cadre réglementaire de la LOM, interdit, n'autorise pas en tout cas la rémunération des passagers. On ne peut pas aller au-delà de la gratuité pour un passager. C'est écrit certainement maladroitement ou c'est vraiment volontaire cette écriture

mais vraiment. Mais bien sûr si il y avait un changement réglementaire il y aurait une envie politique d'aller sur de l'incitatif pour recruter des passagers.

~~3) Star't, Covoit'STAR, OuestGO... plusieurs services associés à plusieurs acteurs différents (publics, privés, historique) avec des objectifs différents. Pourquoi avoir autant de services et de collaborateurs ?~~

4) Comment expliquez vous la difficulté de la mise en place du covoiturage courte distance en France ? Est-ce un problème au niveau des acteurs ? des modèles économiques ? De la pratique en elle-même ?

Effectivement, il y a un sujet, c'est l'économie. Les distances sont tellement courtes que les partage de frais sont dérisoires avec une contrainte forte, c'est, c'est le modèle économique. C'est la distance, la contrainte. On est sur du covoiturage au quotidien, où on est plus contraint, moins flexible et sur des distances courtes. Donc est ce qu'on est prêt à faire un effort, à être contraint sur des distances courtes sans rien... Parce que les enjeux financiers sont faibles... voilà. C'est tout ce qui fait que c'est compliqué à développer. Et j'ai envie de dire c'est pas pris par les entreprises. Même nous qui nous en occupons que ce soit par la DSP ou par ailleurs, on voit que on y met beaucoup d'énergie et que les résultats ne sont pas à la hauteur.

5) En reprenant un article paru le sur le site de "Place Publique" en 2010, Marion Steunou faisait référence à la mise en visibilité de la pratique vélo, grâce aux stations libre service, quant est il du covoiturage ? (ligne star't, logo covoiturage sur les nouvelles routes périurbaines, ...). Avez-vous d'autres solutions pour amener à un changement de comportement modal significatif ?

En fait y' a pas une seule solution, c'est un peu comme les actions. C'est-à-dire que pour que le covoiturage fonctionne il faut qu'il y ait quelque part un service, des outils qui fonctionnent. Il faut en faire une animation et faire de la communication. Et donc la partie visible des aires de covoiturage c'est comme un arrêt de bus pour un réseau de transport. Un arrêt de bus participe au fait de faire connaître qu'il y ait un réseau de transport comme les véhicules y contribuent. Pour le covoiturage effectivement, les véhicules ne contribuent pas, donc de créer des aires c'est une manière de montrer qu'il y a un service, mais c'est pas l'unique levier. Il faut bien la combinaison de l'ensemble.

6) De quelle manière appréhendez vous la place des outils dans l'expansion du covoiturage urbain ? Le téléphone ? l'habitacle de la voiture ? (plateforme mise en relation, numérique , data, développement)

7) *Le covoiturage est un modèle ou l'utilisateur est à la fois l'offre et la demande.*

Selon vous quel rôle doit jouer l'utilisateur dans l'innovation des services de covoiturage du territoire rennais ?

Bah j'ai envie de dire de manière générale, quand on crée un nouveau service, on fait des études qualitatives auprès de potentiels usagers pour vérifier le calibrage de notre offre. Et j'ai envie de dire pour la ligne Star't c'est ce qui a été fait. Donc soit en amont de la mise en service, soit après pour avoir un retour du bien fait, mal fait ou ce qu'il y a améliorer. Donc oui l'utilisateur covoitreur, et son avis, ou potentiel usager ou potentiel passager, son avis est intéressant et on essaye au maximum de récupérer des avis et ses intentions. Et après voilà il ya des études, on fait des fois des focus, des études d'écoute potentiels d'utilisateur, et sur les applis il ya la possibilité de faire des retours et il y aussi des cafés et animations autour du covoiturage pour entendre les usagers.

8) *Vous avez énoncé plusieurs fois cette notion d'animation nécessaire. Pourquoi est-ce essentiel ?*

Pourquoi il y a besoin d'animation ? Bah parce que on voit, quand on fait de l'écoute client, il y a toujours des personnes qui trouvent que c'est une bonne idée c'est sûr. Ca peut répondre aux problèmes de congestion, à la transition écologique, mais ca demande, quelque part de changer ses habitudes, un changement de comportement, et la simple existence d'un service et d'un outils, on le remarque, n'est pas suffisant. Il faut convaincre, accompagner, les personnes pour faire ce changement de pratique et pour utiliser les services. Pourquoi, oui, je sais pas. Parce que effectivement, il y a besoin sur le covoiturage plus qu'ailleurs encore bah de rassurer. Ce qu'on a mis en place sur la ligne Star't, la garantie départ, là je viens de voir un retour d'étude sur le sujet, on va dire c'est centrale cette notion de garantie départ. On a un besoin d'être accompagné, d'être rassuré et de ne pas se retrouver en carafe le matin avec quelqu'un et de ne pas savoir quand on rentre le soir. Donc il y a besoin de mettre les gens en relation, de les motiver, de les rassurer et de leur montrer que ça peut fonctionner aussi. Et plus il y aura des utilisateurs et plus ça fonctionnera effectivement

Vous faites le lien entre l'animation des services et le changement de comportement modal. Que préconisez vous de manière plus générale ?

Donc la ça se fait en lien avec la DSP mais effectivement c'est des moyens humains et financiers pour faire que les gens se rencontrent. Humaniser aussi quelque part le service. Par des forums. Des soirées. Pour créer un peu cette notion de communauté. Pour créer la confiance et la réassurance. Et pour en faire la promotion. Il y a ces moyens qu'on a en interne, d'intervenir sur les pôles et zones d'emplois pour s'adresser directement aux salariés et faire la promotion du covoiturage aussi au niveau de la source du motif de déplacement quoi.

Donc en replaçant l'humain au centre des préoccupations du covoiturage, peut on le considérer comme une mobilité plus humaine que les autres ?

Bah c'est à dire que oui. Enfin non je sais pas. En tout cas plus collectif que les autres. On se laisse transporter par un conducteur, on prend son vélo tout seul, on prend sa voiture tout seul, il y a un sentiment de collectif dans le covoiturage et une dimension de création sociale beaucoup plus forte.

Comment est ce que vous voyez l'équilibre à faire entre l'humanité que demande le covoiturage et l'obligation de passer par le numérique, quel équilibre ?

Bah moi j'ai un avis sur le numérique, et que ça ne peut rester qu'un outil mais que forcément, j'ai envie de dire, c'est un outil mais c'est pas la base, c'est pas le socle. Le socle c'est l'offre, c'est la communication et le numérique vient faciliter pour l'utilisateur mais c'est pas lui qui crée le service quoi. J'ai toujours un doute sur le numérique. Parce que y' aura pas ce côté rassurant et comment on fait pour que les gens s'y mettent ? C'est surtout ça. On est dans une région à partager donc pour les conducteurs c'est possible mais le problème actuellement c'est de mettre des gens comme passagers.

Entretien numéro 3 :

Entretien Ecov

Quelles sont les particularités du covoiturage urbain ? Ses spécificités, ses besoins par rapport aux autres mobilités ?

Les mobilités urbaines sont des mobilités du quotidien avec des petites distances donc il faut limiter les contraintes. Il faut pas que la personne passe trop de temps à organiser son déplacement. Il ne faut pas que tous les jours elle ait à... En gros dans les mobilités du quotidien le facteur temps est intéressant même si il y a les facteurs coût. A partir du moment où on fait du covoiturage en dehors du cadre, de son réseau, il y a besoin de mettre en relation. C'est un besoin particulier qui n' existe pas dans le vélo ou les transports en commun. Il y a des lignes des fiches horaires etc. On a juste à aller chercher de l'info. On a pas besoin d'aller trouver d'autres gens. D'où le besoin et les contraintes que j'évoquais, il faut que cela soit relativement facile. Et puis voilà ça va être comment s'organiser entre deux personnes, on est pas tout seul et on est pas avec un opérateur public. Et donc du coup potentiellement pour cette mise en relation on a besoin d'un tiers, d'une application ou autre.

Quand vous parlez de tiers à quoi vous faites références ?

Plutôt des plateformes de mise en relation mais effectivement ça peut aussi être au sein d'une entreprise une carte, ou je ne quel dispositif plus physique. De manière générale c'est plutôt

les plateformes mais il peut exister autre chose. Des fichiers dans lesquels on s'enregistre dans une entreprise ou une asso. Oui ça peut être ça enfin je sais pas. Mais oui essentiellement une plateforme.

Votre partenariat avec Keolis, sur le territoire de RM, est une première dans l'installation de vos lignes de covoiturage. Comment avez-vous appréhendé ce nouveau partenaire ?

Euh... qu'est ce que tu.. enfin, c'est dans quel sens la question ?

Par rapport aux autres lignes de covoiturage qu'Ecov a pu mettre en place avec des collectivités directement.

C'est-à-dire que ça dépend des contextes locaux en fait. Dans certains cas, le covoit peut être indépendant de la DSP et on travaille directement avec la collectivité. Dans le cas de Rennes on était en échange avec Keolis et la ligne Star't a été déployée au sein de la DSP... Je ne sais pas trop comment te répondre...

Pensez vous que les acteurs traditionnels de la mobilité, type transport en commun, sont essentiels pour la mise en place de la pratique du covoiturage urbain ?

Bah ils ne sont pas nécessaire dans tous les cas après, dans certains cas comme star't il y a des avantages car il y a une intégration plus forte dans le réseau. Ça apporte plus de force en termes de communication et de visibilité etc. Après on est dans des plus grosses machines, parce qu'on s'intègre dans un réseau dans l'ensemble de la métropole ça a aussi un certain nombre de lourdeur donc de nos points de vue ça a des bienfaits et des inconvénients.

Beaucoup d'acteurs publics, privés,. La Loi LOM a décanté un peu le leadership pour la mobilité en générale et pour le covoiturage urbain. Quels liens entre acteurs privés ?

Euh oui il y a des liens parce que même au niveau du ministère il y a des échanges avec les différents opérateurs donc oui on a des liens avec les autres. Après au niveau du modèle économique on va se dissocier d'avec les autres puisque nous on va quand même être orienté, commande publique et travail avec les collectivités alors que d'autres entreprises vont avoir des modèles beaucoup plus privés.

Bah du coup ça va dépendre des structures, oui selon la philosophie les modèles à quel point ils convergent. En tout cas, on a tous l'objectif de faire monter le covoiturage.

Quand vous dites en termes de structure. Vous parlez de la structure en elle-même ou vous parlez en termes de territoire ?

Effectivement il y a plusieurs échelles. Il y a la question des entreprises au niveau national, de chaque entité entreprise. Et après il ya comment on travaille ensemble sur un territoire. Sur un

territoire s'il y a plusieurs offres, bah là l'objectif c'est de... bah... c'est la complémentarité des offres quoi.

Et comment est-ce que vous y arrivez à cette complémentarité des offres ?

Bah tu vois c'est un peu... Sur Rennes l'objectif c'est être le plus lisible pour l'utilisateur sur les différents outils. A quoi ils vont servir pour orienter l'utilisateur vers la meilleure base... euh... voire avoir des liens entre les applications... enfin... Il y a aussi le sujet, Yann a du te l'évoquer aussi il y a eu l'idée de créer des passerelles entre Covoit'STAR et Star't, parce que quelqu'un qui dépose un trajet sur l'un peut servir pour l'autre aussi.

De quel œil percevez-vous le système économique du covoiturage existant seulement grâce aux subventions publiques ? Selon vous ce modèle est-il voué à continuer de profiter des subventions publiques ou plutôt qu'il trouve son modèle économique ?

De notre point de vue, on a encore besoin de subventions comme les transports en commun sont aussi subventionnés. Par contre nous on pense aussi qu'il faut changer la manière dont fonctionnent les subventions. Qu'elles soient plus orientées vers les collectivités pour les aider à subventionner les services qui répondaient effectivement de leurs territoires... euh... Et nous ce qu'on voit, notamment du côté de nos concurrents, on verra de la subvention au trajet sur du covoiturage planifié... euh... c'est qu'en fait on a énormément des phénomènes... et que quand on regarde donc les analyses du RNPC... euh... bah on voit que ça sert énormément sur les trajets de très courtes distances, genre de 5km ou moins de 10km. Et on se dit que c'est pas forcément là que c'est le plus pertinent de le mettre... de mettre ces subventions quoi... sur du planifié parce que c'est pas la que... fin... En gros ce qu'on voit c'est que quand il y a des subventions ça augmente énormément l'usage du planifié et que quand les subventions disparaissent l'usage s'effondre, alors que... Si on veut que ça soit pérenne il faut que le système de subvention bah permette que les subventions se réduisent au fil du temps et que ça puisse... C'est pas parce qu'on va minimiser les subventions que l'usage va s'effondrer quoi. Il faut trouver des modèles de subventions plus pérennes et qui ne servent pas juste à de l'effet d'aubaine. Et actuellement c'est quand même pas mal ça avec des subventions trajets chez pas mal d'opérateurs quoi.

Et du coup de votre côté, avez vous réfléchi à un modèle adéquat ?

Bah en fait, nous notre modèle en ligne ça vise vraiment à limiter les les les contraintes et justement du coup à ... on va dire ouais à ... notamment ce que le ... pour moi pour le passager euh... notamment pour pouvoir aller, actuellement le problème c'est que y a déséquilibre entre le consentement à payer pour le passager et euh... le besoin de rémunération pour le conducteur pour qu'il y ait, en gros qu'il ouvre sa voiture, et l'objectif c'est qu'il arrive à équilibrer ça euh... Pour donc que le service soit suffisamment performant pour que le passager soit prêt à payer un certains prix et puis bah aussi limiter les contraintes

sur le conducteurs pour qu'il ait pas trop besoin de rémunérations. Après... Du coup le corollaire du côté ligne de covoiturage c'est par contre bah c'est les besoins d'aménagements des arrêts, d'exploitation etc et c'est qu'on se rapproche du modèle de transport public où va y avoir un... quand même un financement d'une part de la collectivité quoi.

Selon vous est ce que le covoiturage urbain doit se confiner à une pratique dynamique ?

Alors pas se limiter quand même parce que il peut y avoir des cas, on a des déplacements qui peuvent être à heure fixe etc et du coup les planifier à l'avance. Mais c'est vrai qu'une part des déplacement urbains ne vont pas être prêts à la contrainte du planifié, une part beaucoup important que sur du longue distance euh... bah le temps de déplacement, la contrainte du déplacement est plus grande du coup on va pouvoir accepter d'avoir plus de contraintes sur l'heure de départ etc en fait. Plus le déplacement va être long en temps en kilomètre; en coup etc plus on va accepter des contraintes sur la planification

De quelle manière se fait votre choix sur une zone (métropole, collectivité...) pour déployer vos infrastructures ? ~~Études selon le besoin ? réponse à des demandes de collectivités ? Prise en compte des critères sociaux ?~~

Alors du coup le choix globalement n'est pas fait par nous, mais par la collectivité. Mais par contre en fait avant de déployer une ligne, nous on va mener toute une phase d'étude sur le territoire de cette collectivité on va identifier des axes qui semblent porteurs et on va mener des études on va analyser des flux euh.. des flux voitures, des flux tout mode, des flux domicile travail, les flux tout motif etc euh... pour effectivement regarder à tel endroit y a tant des conducteurs qui passent par heure. On peut espérer faire fonctionner une ligne avec tel niveau de service etc. Il y a toute une phase d'étude qui va classer les axes selon leurs potentiels et du coup aider la collectivité sur la décision des lignes à déployer.

Quand je pose la question de la zone, est ce que de votre côté il y a une prospection de zone privilégiée entre périurbanité, plur rurale, comment vous vous adaptez au différent type de territoire ?

Bah nous on a deux types de territoires qui marchent très bien, on va dire c'est les métropole zones périurbaine c'est à dire les pénétrantes, donc le support de salarié domicile travail et ou la il ya beaucoup de gens qui font le trajets et donc on va essayer de déployer des lignes à haut niveau de service. Et après l'autre territoire ou ca fonctionne tres bien c'est la les territoires ruraux euh... où on a beaucoup moins de flux mais ou on va être dans des dynamiques de solidarité et ou du coup les lignes vont marcher parce que les gens vont être plus dans une optique de solidarité de territoire euh... accessibilité à la mobilité etc C'est deux territoires très différents mais dans lesquels nos services fonctionnent soit en mode Star't haut niveau de service avec garantie départ etc soit notre autre produit. C'est nous ce qu'on appelle covoit Go, je ne sais pas si tu en as entendu parler, c'est avec des boîtiers

boutons poussoir. Là il n'y a pas d'application, on appuie sur le boîtier et ça affiche sur le panneau à messages variables. C'est CovoitGO. C'est sur le secteur de Chambéry, euh... donc c'est Covoit GO Chambéry. Comment dire... Qui sert différentes vallées notamment en rabattement vers Chambéry et puis aussi pour la circulation des axes des vallées et donc là on est vraiment sur... on va dire du stop améliorer. On appuie sur le bouton qui s'affiche sur le panneau et le conducteur passe devant et il s'arrête. Donc on va véritablement améliorer les conditions par l'aménagement d'arrêt, ça permet au gens de s'arrêter etc Mais par contre on a pas tout le côté euh.. je déclare mon trajet en amont, nous de notre côté on va sur du CovoitIci on peut déterminer l'heure et les temps de trajets on a pas ça du tout sur CovoitGO. Mais par contre, comme on est sur des territoires plus ruraux, les gens s'arrêtent plus.

De quelle manière appréhendez vous le rôle du numérique dans l'expansion du covoiturage urbain ? (~~plateforme mise en relation, 100% numérique ou non, data, développement~~)

La contrainte sur le non numérique c'est qu'il faut que les gens passent par l'arrêt. Il faut qu'ils passent à proximité immédiate. Il faut qu'ils passent devant le panneau à message variable qui dit il y a un passager à 100 mètres ou bien il y a un passager "tournez à droite pour prendre le passager qui s'y trouve" ce genre de chose. Mais dans des métropoles, où il va y avoir, des multiplicités d'itinéraires possibles, l'avantage du numérique permet d'aller chercher la personne elle-même avec son téléphone dans sa voiture. Ou même avant qu'elle parte etc Sinon il faudrait qu'on multiplie de manière beaucoup plus importante le nombre de panneaux à messages variables. Le numérique nous permet de toucher un plus grand nombre de personnes dans ces environnements urbains qui vont être beaucoup plus complexes. En fait, il faut être sur des trajets plus simples ou alors si on est sur du périurbain il faut se mettre sur la route principale. Quand il n'y a pas le numérique il y a quand même la contrainte il faut que les gens passent devant les panneaux à messages variables. Mais dans un certain nombre de cas ça marche parce que c'est l'itinéraire principale et tout le monde passe par là et ça ne pose pas de problèmes. Mais ça ne marche pas tout le temps. Pas partout. et dans ces modèles là comme il n'y a pas de partage de frais, il n'y a pas d'application, il n'y a pas de partage de frais par application, donc en gros ça marche plus sur du solidaire, sur du courte distance. Pour aller d'une commune à une autre commune à côté et ça ne va pas marcher sur du domicile-travail périurbain ou tu vas faire du 40-50 kilomètre parce que là du coup le conducteur va tendre vers du partage de frais. Et du coup l'application va permettre ça. Ça permet de faciliter ce partage de frais et du coup facilite et évite que ça se passe dans la voiture entre les personnes. Dans les réseaux les plus développés il y a quand même une structure qui s'occupe de la communication et du lien avec les usagers. Mais y'a pas de garantie départ par contre. Il n'y a pas de solution alternative si il n'y a pas de conducteur.

Que regroupe le sujet d'animation du covoiturage pour vous ?

Oui on est aussi de cet avis là qu'il y a besoin d'animation, de communication. On est sur du changement de comportement et du coup il faut amener les gens sur ce changement de

comportement. Donc besoin d'animation et faire connaître les services les faire comprendre
euh... parce que notamment nous sur les services type ligne c'est pas ... Quand on parle
covoiturage les gens pensent Blablacar et donc nous on est sur un fonctionnement différent et
il y a besoin de l'expliquer pour que les gens le comprennent euh.. voient que ça peut les
concerner et les inciter à passer à l'action quoi à déclarer leurs trajets et à lâcher leur voiture
etc. Et si on déploie une ligne sans spécialement communiquer dessus sans l'animer bah
l'usage va pas prendre autant et notamment sur les lignes c'est des cercles vertueux. Plus on
va en avoir, plus on va avoir de trajets, plus les gens vont partir vite donc plus ça va les
intéresser etc. Donc oui changement de comportement, plus ça va être ancré dans les usages,
moins il y aura besoin de moyens sur l'animation et la communication. Et la notoriété du
service.

~~Selon vous quel rôle doit jouer l'utilisateur-covoitureurs dans l'innovation des services de
covoiturage du territoire rennais ?~~

~~Quel avenir donneriez-vous au covoiturage courte distance dans les prochaines années ?
Covoiturage planifié ? Covoiturage dynamique ? En association avec les pouvoirs
publics/sans ?~~