



bureau de recherche



France-Autopartage®

réseau pour une nouvelle mobilité

Enquête nationale sur l'autopartage

l'autopartage comme déclencheur d'une
mobilité alternative à la voiture particulière

Rapport final de recherche



Sous la direction de

Nicolas Louvet
Sylvanie Godillon

6T-Bureau de recherche
www.6t.fr

Paris, janvier 2013

Sommaire :

INTRODUCTION	5
1. COMPRENDRE LES USAGES DE L'AUTOPARTAGE	7
1.1. UN MANQUE DE BILAN GLOBAL SUR LES PRATIQUES DE L'AUTOPARTAGE	7
L'AUTOPARTAGE, UN MAILLON MANQUANT D'UNE OFFRE MULTIMODALE	7
UN FORT POTENTIEL EN FRANCE MAIS PEU D'ETUDES SUR LES PRATIQUES.....	9
1.2. LES OBJECTIFS DE L'ETUDE	11
1.3. METHODE ET DESCRIPTION DE LA BASE DE DONNEES.....	12
UNE ENQUETE INTERNET	12
NOMBRE DE REpondANTS ET TAUX DE REponses SELON LES OPERATEURS.....	13
1.4. QUALITE DE L'ECHANTILLON.....	16
2. QUI SONT LES AUTOPARTAGEURS ?	18
2.1. DES ACTIFS DIPLOMES AVEC OU SANS ENFANTS	18
2.2. DES URBAINS RESIDANT AU CENTRE DES GRANDES AGGLOMERATIONS	20
2.3. DES AUTOMOBILISTES CONTRAINTS A L'UTILISATION DES TRANSPORTS EN COMMUN ET DES USAGERS MULTIMODAUX.....	22
2.4. DE NOMBREUX PARTICULIERS ET QUELQUES PROFESSIONNELS	24
3. L'IMAGE DE L'AUTOPARTAGE.....	25
3.1. UNE IMAGE RELATIVEMENT POSITIVE DE L'AUTOPARTAGE... ..	25
3.2. ... MAIS MAJORITAIREMENT NEUTRE	28
3.3. L'AUTOPARTAGE : UN COMPLEMENT DE L'OFFRE DE TRANSPORTS EN COMMUN SPECIFIQUE A CHAQUE CONTEXTE URBAIN	29
4. LE PASSAGE A L'AUTOPARTAGE	31
4.1. FAIRE CONNAITRE L'AUTOPARTAGE, UN ENJEU POUR LE DEVELOPPEMENT DU SYSTEME	31
4.2. DES MOYENS DE CONNAISSANCE A DEVELOPPER	32
LA VISIBILITE DU SYSTEME : D'UN MODE POUR INITIES A UN MODE POPULAIRE	32
INTERNET : LE MEDIA PRIVILEGIE DES PLUS JEUNES.....	33
UNE DIFFUSION DE LA PRATIQUE AU SEIN DU RESEAU SOCIAL PRIVE	34
4.3. L'AUTOPARTAGE EN PHASE AVEC LES BESOINS ACTUELS	35
LE PASSAGE A L'AUTOPARTAGE : UN HASARD OPPORTUN QUI PERMET DES ECONOMIES	35
DES RAISONS DE S'ABONNER A CHAQUE ETAPE DU PARCOURS DE VIE	36
LA MONTEE EN PUISSANCE D'UN RAPPORT UTILITAIRE A L'AUTOPARTAGE	37
UNE PRATICITE VALORISEE DANS LES GRANDES AGGLOMERATIONS	38
5. LA PRATIQUE DE L'AUTOPARTAGE	40
5.1. UN MODE ADAPTE AUX HABITANTS DES CENTRES URBAINS	40

5.2. DES USAGES VARIABLES SELON L'AGE ET LE CONTEXTE URBAIN	41
5.3. UNE DIVERSIFICATION PROGRESSIVE DES USAGES.....	43
5.4. LES DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS : UN MARCHÉ À CONQUÉRIR	44
6. LES REPORTS MODAUX INDUITS PAR L'AUTOPARTAGE	45
6.1. UNE BAISSÉ DE LA MOTORISATION AU PROFIT DES AUTRES MODES.....	45
UNE VOITURE PARTICULIÈRE MOINS POSSEDEE.....	45
L'AUTOPARTAGE, UNE OCCASION DE CHANGER SES HABITUDES EN SE SÉPARANT DE LA VOITURE PARTICULIÈRE.....	48
6.2. UNE BAISSÉ DES USAGES DE LA VOITURE PARTICULIÈRE AU PROFIT DES AUTRES MODES.....	50
UNE DIMINUTION DES KILOMÈTRES PARCOURUS EN VOITURE	50
DES REPORTS MODAUX VERS L'ENSEMBLE DES MODES ALTERNATIFS	52
UNE PRATIQUE INTENSIVE DE LA MULTIMODALITÉ	54
7. LES ASPIRATIONS RELATIVES À L'AUTOPARTAGE.....	57
7.1. UNE SATISFACTION GÉNÉRALE ÉLEVÉE	57
7.2. LA DEMANDE D'UNE OFFRE PLUS DIVERSIFIÉE ET FLEXIBLE	59
UNE FORTE ATTENTE POUR DES VÉHICULES DIVERSIFIÉS ET DES SERVICES EN TRACE DIRECTE	59
ADAPTER L'OFFRE À CERTAINS TYPES D'UTILISATEURS.....	60
COMBINER L'OFFRE AUTOPARTAGE/TRANSPORTS EN COMMUN ET DÉVELOPPER UN RÉSEAU NATIONAL.....	63
CONCLUSION	65
BIBLIOGRAPHIE	67
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	69
QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE	73

Introduction

Les récentes enquêtes de mobilité type Enquêtes Ménage Déplacements montrent une baisse de l'usage de la voiture. Le nombre de déplacements par jour et par voiture diminue. En outre, la part modale de la voiture baisse de 4 % dans des villes comme Lille, Lyon ou Rennes, et elle passe sous la barre des 50 % dans des villes pilotes en matière de mobilité alternative comme Strasbourg ou Grenoble. Si les automobilistes utilisent moins la voiture, on observe également un découplage entre la possession et l'usage, qui est très favorable au développement de nouveaux usages plus collectifs et partagés tel que l'autopartage.

Aujourd'hui, il existe une panoplie d'offres de transports alternatifs à la voiture particulière et les usagers sont amenés à passer d'un mode à l'autre. L'autopartage est une des solutions qui s'offrent à eux. Ces services ont un potentiel de développement considérable et s'intègrent parfaitement dans le « cocktail transport », mais cette alternative est encore peu connue des usagers.

L'autopartage est « la mise en commun au profit d'utilisateurs d'une flotte de véhicules de transport terrestre à moteur. Chaque abonné peut accéder à un véhicule sans conducteur pour le trajet de son choix et pour une durée limitée »¹. Il peut être porté par des particuliers, une association, une société, ou encore une coopérative... Le principe est l'usage plutôt que la possession de la voiture particulière. Ce système est une alternative à un véhicule peu utilisé. Par exemple, l'unique voiture particulière en milieu urbain dense où il existe une alternative en transports en commun ou en modes actifs (à pied, à vélo) ou encore la 2ème ou 3ème voiture dans des espaces moins denses. Les enjeux d'un tel service pour la mobilité sont de réduire les coûts de l'usage de la voiture pour les usagers et la collectivité, d'inciter à l'intermodalité et à la multimodalité en passant de la possession d'une voiture particulière à l'usage d'un mode de transport.

L'objectif principal de notre recherche est de comprendre dans quelle mesure le développement d'une offre d'autopartage incite au report modal. Au regard de la profusion de nouvelles offres d'autopartage et des évolutions du contexte global (augmentation des prix du pétrole, politiques de limitation de la voiture particulière dans les villes...), l'autopartage est amené à se développer d'ici 2030. Les enjeux sont donc de mieux comprendre les perceptions, les pratiques et les aspirations de ce mode par les utilisateurs.

Après avoir présenté les objectifs de l'étude au regard de l'état actuel des connaissances sur l'autopartage ainsi que la méthode d'enquête et la base de données obtenue (1), nous dresserons un profil de l'autopartageur tel qu'il se dessine dans les résultats de l'enquête (2). Nous analyserons ensuite :

- l'image que les enquêtés ont de l'autopartage (3),
- les freins et les leviers à l'utilisation de l'autopartage ainsi qu'à sa diffusion (4),

¹ Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, article 54.

- la pratique de l'autopartage en lien avec le profil de ses utilisateurs et les contextes dans lesquels il est utilisé (5),
- les changements de pratiques de déplacement et les reports modaux induits par l'autopartage (6),
- les aspirations des enquêtés relatives à l'amélioration et au développement du service (7),

avant de résumer les résultats majeurs de l'enquête dans une conclusion synthétique.

1. COMPRENDRE LES USAGES DE L'AUTOPARTAGE

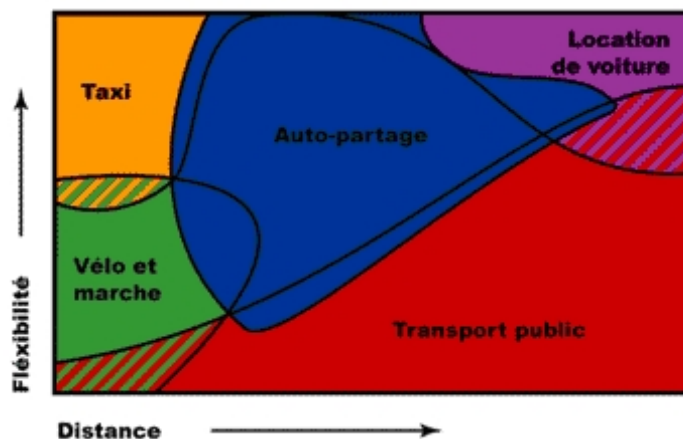
Avant d'entrer dans l'analyse des résultats, cette première partie permet d'exposer la position de notre recherche par rapport aux connaissances sur l'autopartage et les évolutions des usages de la voiture particulière, les objectifs de l'enquête, la méthodologie employée ainsi que la structure de l'échantillon.

1.1. UN MANQUE DE BILAN GLOBAL SUR LES PRATIQUES DE L'AUTOPARTAGE

L'autopartage, un maillon manquant d'une offre multimodale

L'autopartage est un complément des solutions alternatives à la voiture individuelle en termes de flexibilité et de distance à parcourir. Ce système comporte des avantages pour les collectivités, pour les particuliers et pour les entreprises.

L'autopartage, un service complémentaire des modes de transports existants



(Source : Caisse Commune)

Pour les **collectivités**, l'autopartage permet de réduire le nombre de véhicules en circulation et en stationnement, et donc de limiter la congestion et les émissions de gaz à effet de serre, mais aussi d'ouvrir des perspectives sur la réaffectation d'espaces en voirie (élargissement de trottoirs, pistes cyclables, couloirs bus...). Dans une étude menée en 2007, 6T-Bureau de recherche montre que cette réduction du nombre de véhicules en circulation serait due à des clients qui ont réduit leur taux de motorisation (15 à 30 %) en parallèle à l'adhésion à un service d'autopartage, à des clients qui ont

renoncé à l'acquisition d'une voiture (20 à 30 %) ou qui ont retardé un tel achat grâce à l'autopartage et à des clients souvent non motorisés qui conçoivent l'autopartage comme une assurance de mobilité (possibilité d'avoir une voiture en cas de besoin) (6T-Bureau de recherche, 2007). Sous les contraintes de coûts (du carburant, d'achat, d'assurance, de réparation et d'entretien...) et de politique de transport (contraintes de stationnement notamment), certains automobilistes vont modifier leurs habitudes de mobilité au profit des modes alternatifs à la voiture particulière.

Pour les **particuliers**, l'autopartage s'avère être une solution efficace pour les déplacements occasionnels (pour les déplacements quotidiens type domicile-travail, la voiture particulière reste plus rentable), et complémentaire des transports en commun (TCRP, 2005). Elle favorise l'intermodalité et la multimodalité. En outre, c'est une réponse aux problèmes de desserte (horaires et lieux). Dans plusieurs villes où l'autopartage est présent, la tarification est couplée au transport public (de manière générale en Suisse mais aussi à Montréal, Bruxelles, Marseille, Strasbourg, Grenoble...). Dépossédé de la voiture mais pouvant l'utiliser à tout moment, l'utilisateur profite d'une grande liberté d'organisation de sa mobilité. Le choix du mode dépend de chaque déplacement et non pas du programme d'activités de la journée (il n'y a par exemple plus besoin de prendre la voiture le matin pour toute la journée si on en a seulement besoin pour un RDV ou un diner). Par ailleurs, l'autopartage offre la possibilité de disposer d'un véhicule à toutes les catégories socioprofessionnelles (à condition d'être doté d'un permis de conduire). Enfin, il permet de diminuer les coûts de la voiture ainsi que les contraintes de stationnement. Pour les usagers non-motorisés, l'autopartage offre une nouvelle mobilité et évite l'achat d'une voiture ; pour les usagers motorisés, il peut entraîner l'abandon de la voiture ou la diminution du parc et éviter l'achat d'une voiture supplémentaire (notamment si les personnes sont amenées à changer de voiture ou à en acheter une).

Pour les **professionnels**, l'autopartage se présente également comme une solution pragmatique pour de nombreuses entreprises. C'est un service qui répond aux besoins ponctuels de l'entreprise, une solution économique évitant l'acquisition d'une flotte de véhicules et limitant les frais de gestion et de stationnement, c'est enfin une solution « écologique » : optimisation de l'usage des véhicules par le partage. Les TPE (Très Petites Entreprises) restent certainement les premières cibles de l'autopartage eu égard aux conditions suivantes :

- Elles s'insèrent dans un tissu urbain dense, privilégiant les transports en commun, rendant le coût d'usage d'un véhicule élevé (temps de transport, coût d'entretien, coût de parking, coût des verbalisations).
- Elles ont des besoins de mobilité non réguliers, peu programmables, au départ de l'entreprise, nécessitant de transporter des personnes et/ou du matériel, lors de déplacements n'excédant pas quelques heures, éventuellement à des horaires décalés par rapport aux horaires habituels de bureau.
- Elles ont aussi un souci d'image vis-à-vis des partenaires visités.
- Elles échappent au « tabou » sur la non-possession d'un véhicule propre et sont plus perméables à des expériences novatrices, telles que l'autopartage.

- Elles sont sensibles aux coûts d'acquisition d'un véhicule par rapport aux coûts de l'autopartage, d'un taxi, d'un coursier ou de la location traditionnelle. Elles ont aussi un souci d'efficacité en termes de temps.

Ces services ont un potentiel de développement considérable : avantages pour la collectivité et l'utilisateur, adéquation aux valeurs environnementales, réponse aux enjeux sociaux tels que la baisse du pouvoir d'achat et la hausse du prix de l'énergie, etc. **Pourtant, aujourd'hui, l'autopartage est encore peu connu et les habitudes restent longues à changer.**

Un fort potentiel en France mais peu d'études sur les pratiques

Alors que la France pèse huit fois le poids démographique de la Suisse, les taux d'autopartageurs sont cinq fois inférieurs. 6T-Bureau de recherche explique ce retard par une méconnaissance du service et par sa confusion avec le covoiturage (6T-Bureau de recherche, 2007). L'APUR montre également que la culture dominante de la possession de la voiture et les doutes sur la fiabilité du système sont des facteurs explicatifs du « retard » français par rapport aux pratiques de l'autopartage en Suisse, en Allemagne ou en Grande-Bretagne (APUR, 2008). En Suisse où le taux d'autopartageurs atteint le niveau record de 1 % pour tout le pays, le service *Mobility Carsharing* se déploie sur l'ensemble du territoire national. Dans une recherche de 2008, Mickael Flamm montre que ce succès s'explique par une offre de transport en commun développée, des politiques de stationnement restrictives dans les villes suisses, une gestion gérée de façon professionnelle et des investissements capitalistiques importants (Flamm, 2008).

La forte demande latente s'explique également par les **coûts élevés de la possession d'une automobile qui roule finalement assez peu**, le plus souvent moins d'une heure par jour (Shaheen, Sperling & Wagner, 1998). Une étude du CERTU montre qu'une voiture n'est utilisée que pendant 8 % de son temps de vie. Le potentiel de l'autopartage est donc important (CERTU, 2008). Le cabinet Frost & Sullivan estime le nombre d'utilisateurs de l'autopartage européens à 5 millions à l'horizon 2016, contre un peu moins de 500 000 en 2009 (Frost & Sullivan, 2010).

Le potentiel de l'autopartage est accentué par l'émergence d'une **clientèle urbaine réceptive aux alternatives de la voiture individuelle** (Xerfi, 2010). 6T-Bureau de recherche identifie en 2007 le **profil-type** des adhérents à un service d'autopartage : la majorité ont entre 35 et 44 ans, 64 % sont des hommes, et leur caractéristique principale est la **surreprésentation des formations supérieures** : 77 % ont un diplôme supérieur de 2^e cycle, 12 % un diplôme supérieur de 1^{er} cycle. L'étude de l'Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région Ile-de-France (IAU-IDF) confirme cette tendance au niveau européen : les autopartageurs sont plutôt jeunes, il s'agit de ménages sans enfant, en général moins motorisés que la moyenne, et dont les raisons d'utilisation de ces services alternatifs à la possession de la voiture individuelle sont plus pragmatiques qu'idéologiques (IAU-IDF,

2010). Il y a donc un **intérêt à développer ces services vers les publics ayant des difficultés à avoir les moyens de posséder une voiture personnelle.**

Des raisons idéologiques existent pour utiliser un service d'autopartage. Les enjeux identifiés sont écologiques, urbains et vont dans le sens de changements de comportements de mobilité. L'Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR) rappelle, selon les résultats des actes de la journée sur l'autopartage en 2007, que l'objectif de 150 000 adhérents à Paris réduirait le parc automobile de 6 % et induirait une économie de 100 000 tonnes de CO₂. La réduction du parc automobile permet donc de réduire potentiellement les problèmes de stationnement et de congestion en ville. **Une voiture partagée remplace plusieurs voitures** qui occupent l'espace public (circulation, stationnement). Le ratio n'est pas établi de façon fixe mais les tendances identifiées concordent :

- Européen Car Sharing (qui regroupe les principales entreprises européennes d'autopartage) montre qu'une voiture partagée peut remplacer 4 à 6 voitures privées ;
- Carplus (en Grande-Bretagne) a mesuré l'impact du service sur les habitudes de mobilité : chaque véhicule remplace 6 véhicules privés ;
- 6T-Bureau de recherche montre qu'une voiture en autopartage remplace un peu plus de 5 voitures personnelles (6T-Bureau de recherche, 2007) ;
- une étude Mobility CarSharing (Interface/INFRAS, 2006) estime le ratio à 3,5 ;
- enfin, le rapport européen MOMO (Loose, 2010) conclut des différentes recherches et évaluations européennes qu'une voiture d'autopartage remplace au moins 4 à 8 voitures d'autopartage.

L'autopartage incite également à **l'évolution des comportements de mobilité**. Une étude réalisée en 2012 dans la région montréalaise sur plusieurs types de ménages et différents niveaux d'utilisation de l'autopartage conclut que, dans toutes les configurations considérées, les ménages qui ont recours à l'autopartage utilisent moins la voiture que le reste de la population (Sioul, Morency et Trépanier, 2012). L'expérience de divers services d'autopartage en Europe et en Amérique du Nord montre que le **kilométrage annuel chez les adhérents diminue** de 27 % à 50 % (Shaheen, Sperling et Wagner, 1998 ; Interface, 2012 ; 6T-Bureau de recherche, 2007). Cette tendance forte a été confirmée en 2007 par l'étude de 6T-Bureau de recherche. Avant l'autopartage, les ménages motorisés (41,1 % de l'échantillon possèdent au moins 1 voiture dans le ménage) produisaient en moyenne 1 040 km en automobile par mois et par ménage. Après l'autopartage, 9 % de l'échantillon (avec au moins 1 voiture dans le ménage) ne produit plus que 425 km en automobile par mois, auxquels s'ajoutent en moyenne 126 km par mois en autopartage. Donc pour les ménages qui restent motorisés après le passage à l'autopartage, la baisse du nombre de kilomètres est quasiment de 50 %. En prenant 100 % de l'échantillon, la baisse est encore plus forte, puisque le nombre de kilomètres est divisé par trois. La moyenne de 590 km/mois tombe à 200 km/mois, soit 72 km/mois en automobile particulière et 128 km/mois en autopartage (6T-Bureau de recherche, 2007). Cette

recherche a été réalisée sur la ville de Paris qui n'est pas représentative des situations dans les autres villes françaises (très forte densité de population, efficacité incomparable des transports en commun, faible taux de motorisation, faible usage de la voiture particulière). **L'enjeu actuel est ainsi de comprendre les pratiques dans l'ensemble des contextes urbains avec des offres de mobilité alternative à la voiture particulière différenciées.**

Si des recherches existent sur l'autopartage, aucune ne quantifie les changements de pratiques de mobilité induites par le **passage de la possession de la voiture individuelle à l'usage d'un véhicule partagé**. Tel est l'un des objectifs de cette recherche.

1.2. LES OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

La problématique de cette recherche est de comprendre dans quelle mesure le développement d'une offre d'autopartage incite au report modal. Au regard des évolutions récentes, l'autopartage est amené à se développer d'ici 2030 (6T-Bureau de recherche, 2010 ; Rocci, 2007 ; Vincent, 2008). Les enjeux sont donc de mieux comprendre les perceptions, les pratiques et les aspirations de ce mode par les actuels utilisateurs :

- Concernant les **représentations**, les objectifs sont de comprendre l'image de l'autopartage et des autres modes de transports par les usagers, ainsi que les stratégies de passage de la possession à l'usage. De quelle manière l'image d'un mode impacte-t-elle le passage à l'acte ? L'utilisation des différents modes affecte-t-elle négativement l'image que les répondants ont de l'autopartage, ou conduit-elle au contraire à l'améliorer ?
- Concernant les **pratiques**, les enjeux sont de mieux cerner les profils des utilisateurs et d'analyser les évolutions des pratiques de déplacements tant en quantité qu'en qualité (notamment selon les différents modes utilisés). Quelles sont les conséquences en termes de pratiques modales (tous modes confondus) du passage à l'autopartage ? Les conséquences sont évaluées de façon qualitative (par mode de transport, motifs de déplacement...) et quantitative (en nombre de kilomètres parcourus, en fréquence d'usage des modes...). Nous cherchons également à déterminer comment le parcours de vie (arrivée d'un enfant, déménagement, changement d'emploi...) influence le recours à l'autopartage et son utilisation. Nous mettons ces analyses en regard de l'ancienneté de l'abonnement, afin de comprendre l'évolution des pratiques.
- Concernant les **aspirations** des utilisateurs actuels de l'autopartage, il s'agit de cerner les attentes face au développement d'une offre d'autopartage, dans une logique intermodale et/ou multimodale avec les autres modes de transports.

Les apports de cette recherche sont également de différencier les représentations, les pratiques et les aspirations **selon les différents contextes urbains** dans des grandes villes localisées dans la France

entière et selon l'ancienneté **des systèmes d'autopartage** et de leurs abonnés dans les villes étudiées. En Alsace, Auto'trement existe par exemple depuis 1999 et Autocool à Bordeaux depuis 2001, alors que Mobilib à Montpellier n'existe que depuis 2007 et Autocité+ à Angers depuis 2011. Pour développer l'autopartage à l'échelle nationale, il est également indispensable de s'interroger sur les enjeux d'un réseau national. Cette recherche propose de quantifier les pratiques actuelles des autopartageurs afin d'identifier des leviers d'action pour un développement à l'échelle nationale.

1.3. MÉTHODE ET DESCRIPTION DE LA BASE DE DONNÉES

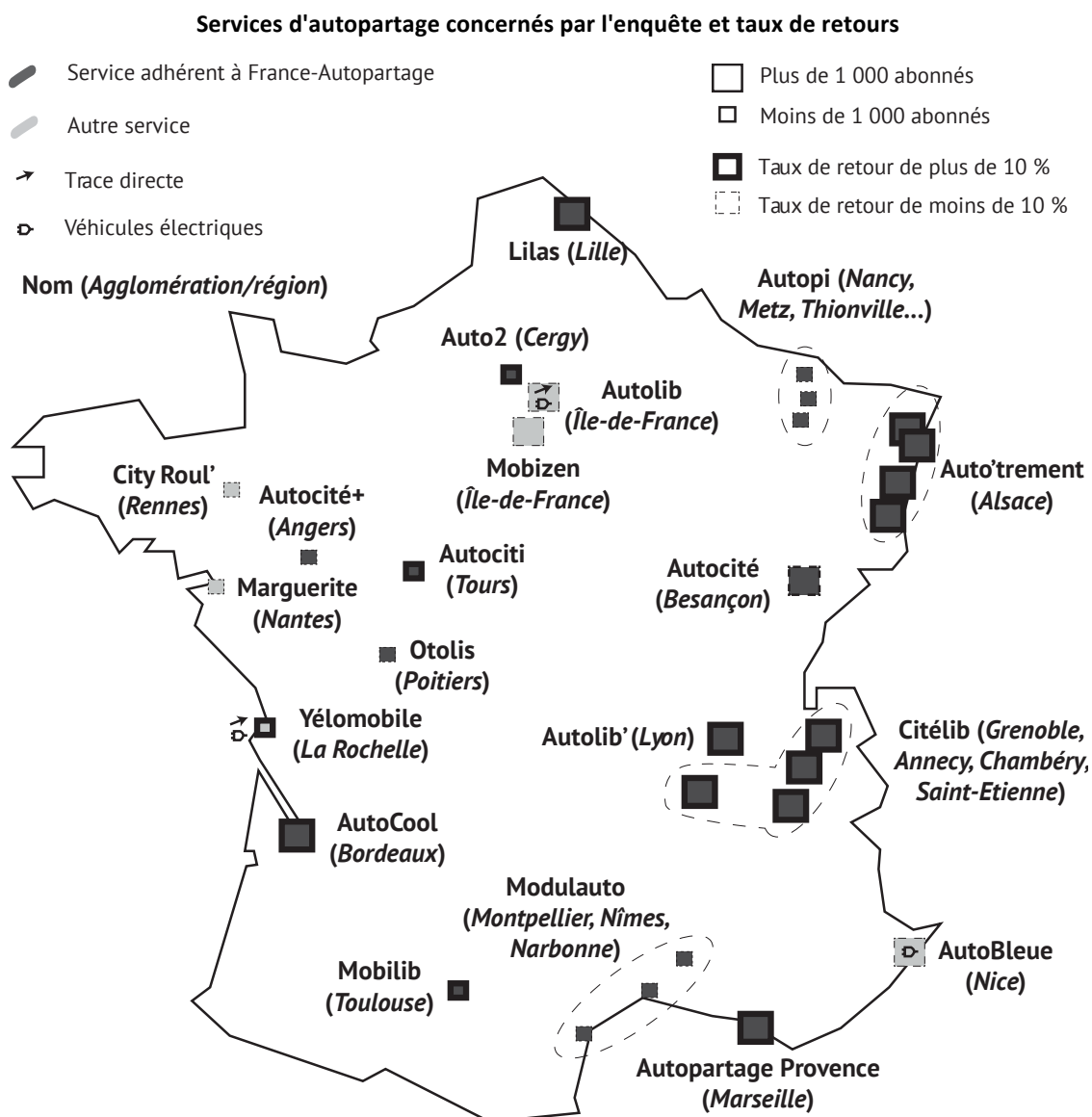
Une enquête Internet

La méthodologie proposée se fonde sur une **enquête quantitative** auprès de 2 090 usagers d'un service d'autopartage proposé dans les grandes villes françaises. L'enquête s'est déroulée de juillet à octobre 2012. La diffusion de l'enquête a été réalisée auprès des adhérents d'un opérateur de France Autopartage, de Véolia-Transdev et d'opérateurs indépendants :

- Chaque adhérent des différents opérateurs d'autopartage du **réseau France Autopartage**² a été contacté pour répondre à une enquête en ligne sur les raisons de leur adhésion à un service d'autopartage et de l'évolution de leurs pratiques actuelles de mobilité en détaillant les différents modes. Le réseau compte début 2012 plus de 10 000 adhérents.
- **Véolia-Transdev** a également permis la diffusion de l'enquête auprès des adhérents des opérateurs Auto Bleue à Nice, Yélobus à La Rochelle et Mobizen à Paris.
- Enfin, **6T-Bureau de recherche** a diffusé l'offre auprès des abonnés des réseaux Marguerite à Nantes, City Roul à Rennes et Autolib' à Paris.

La méthode retenue a été une **enquête web via Internet**. L'organisation de l'autopartage s'effectue principalement par Internet : il a donc été relativement aisé de toucher le public concerné. **Pour la mise en place de cette enquête, il est important de rappeler que nous avons notamment pu nous appuyer sur France Autopartage qui a été un partenaire officiel dès le lancement de la recherche pour aider à la diffusion de l'enquête auprès des abonnés des différents opérateurs membres de son réseau.**

² 14 opérateurs sont regroupés dans la coopérative France Autopartage : AutoCool à Bordeaux, Lilas Autopartage à Lille, Auto2 à Cergy-Pontoise, Otolis à Poitiers, Mobilib à Toulouse, Modulauto à Montpellier, Nîmes et Narbonne, Autopi à Nancy et Metz, Auto'trement en Alsace, Autocité à Besançon, Autolib à Lyon, CitéLib à Grenoble, Chambéry, Annecy et Saint Etienne et Autopartage Provence à Marseille et Avignon, Auticiti à Tours et Autocité+ à Angers.

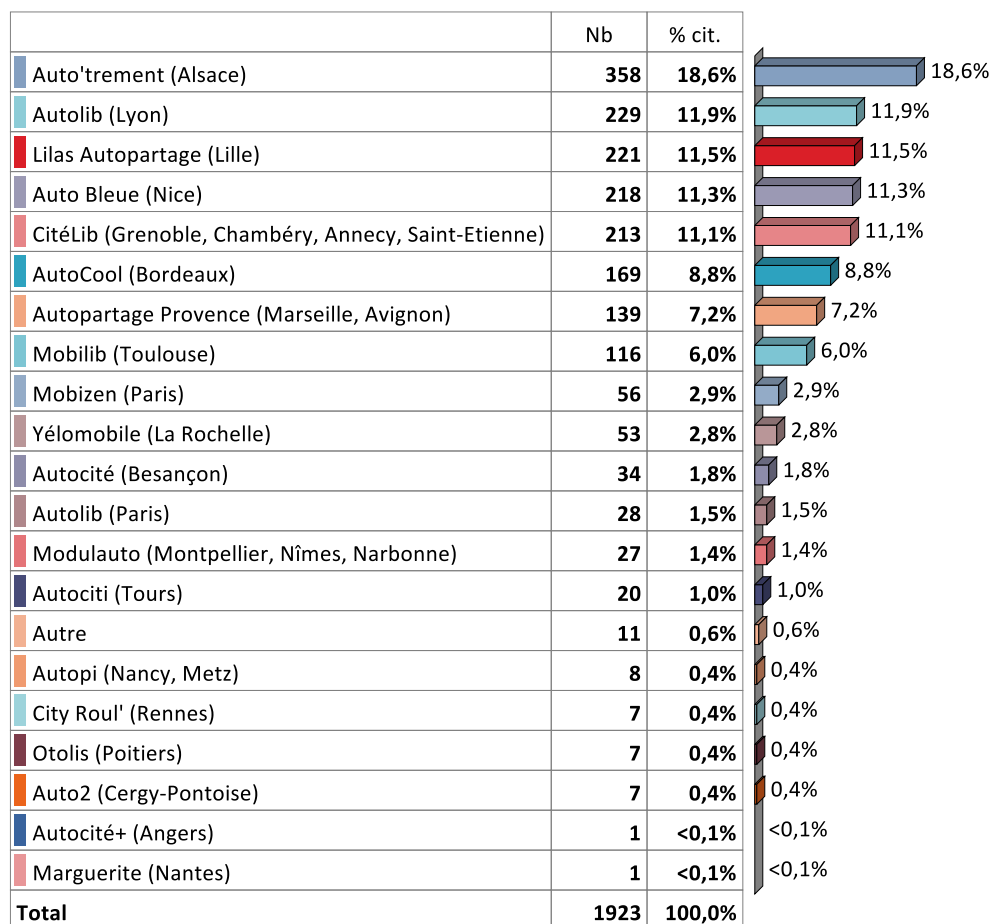


Nombre de répondants et taux de réponses selon les opérateurs

Au total, 2 090 abonnés ont répondu à l'enquête web.

Le nombre de réponses le plus important est pour les abonnés d'Auto'trement en Alsace où il atteint 385 réponses. Les adhérents de CitéLib (Grenoble, Chambéry, Annecy, Saint Etienne), Autolib (Lyon), Lilas Autopartage (Lille) et Auto Bleue (Nice) ont également fortement répondu (entre 200 et 300 réponses). Enfin, les adhérents d'AutoCool (Bordeaux), d'Autopartage Provence Marseille (Marseille, Avignon) et de Mobilib (Toulouse) se sont également mobilisés (entre 100 et 200 réponses).

Graphique 1 : Répartition des répondants par opérateur



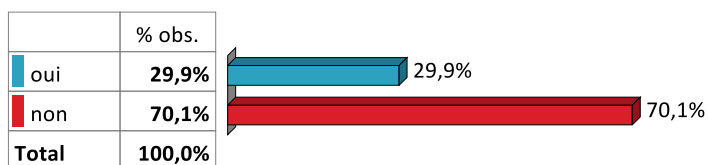
En rapportant le nombre de réponses au nombre d'abonnés selon les différents opérateurs, il apparaît que le taux de retour global est d'environ 10 %.

- **Les taux de retour les plus forts (plus de 14 %)** sont pour Citélib, Auto'trement, Autocité, Auto2, Autolib', AutoCool, Autolib'(Lyon), Mobilib et Lilas Autopartage, ainsi que pour les services récents d'autopartage qui comptent moins de 50 adhérents : Autociti à Tours et Auto2 à Cergy-Pontoise.
- **Les taux de retour moyens (entre 8 et 13 %)** sont pour Autopi, et Auto Bleue.
- **Les taux de retour faibles (moins de 8 %)** sont pour Modulauto, Otolis, City Roul et Marguerite. Mobizen compte également un faible taux de retour qui s'explique par un nombre très élevés d'abonnés (le service proposait à l'époque de l'enquête une formule sans coûts d'entrée dans le système).

Tableau 1 : Taux de retour par opérateur

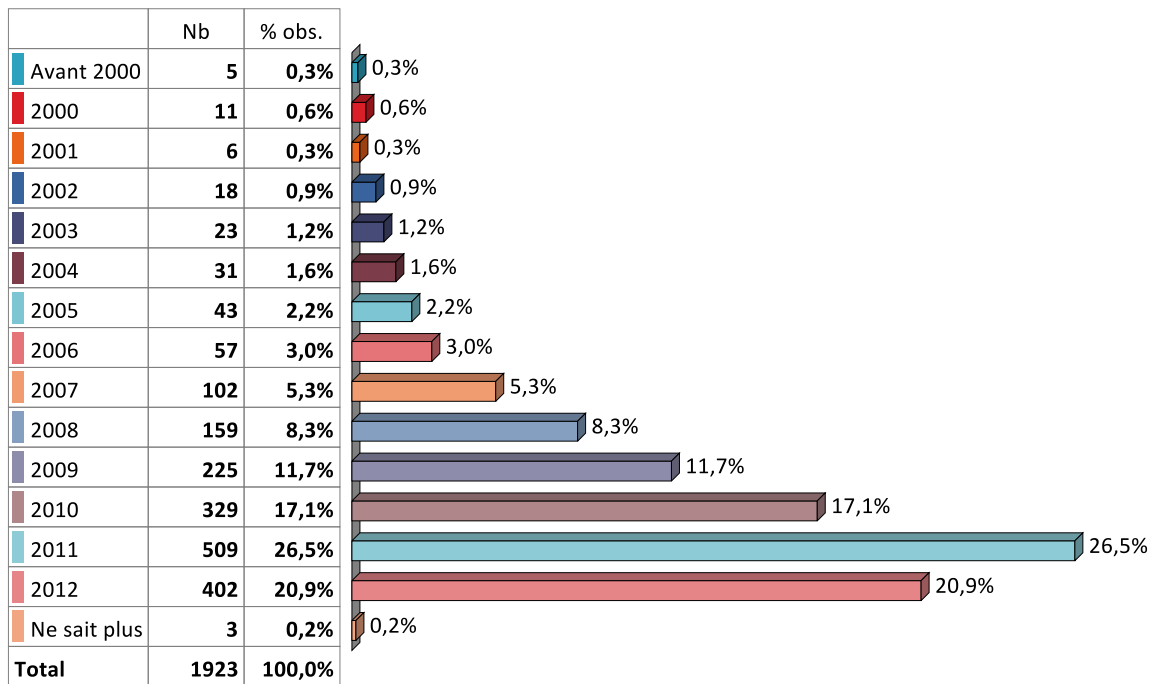
	Nombre de conducteurs	Nombre de réponses	Taux de réponses
Clélib (Grenoble, Chambéry, Annecy, Saint-Etienne...)	1 800	257	14%
Auto'trement (Strasbourg & Alsace)	2 800	385	14%
Autocité (Besançon)	250	35	14%
Autocité+ (Angers)	75	1	1%
AutoCool (Bordeaux)	1 100	172	16%
Auto2 (Cergy-Pontoise)	16	8	50%
Autolib (Lyon)	1 600	243	15%
AutoPartage Provence (Marseille)	1 300	153	12%
Autopi (Nancy, Metz)	100	8	8%
Lilas (Lille)	1 439	239	17%
Mobilib (Toulouse)	750	134	18%
Modulauto (Montpellier, Nîmes, Narbonne)	850	34	4%
Otolis (Poitiers)	230	8	3%
AutoCiti (Tours)	40	22	55%
Mobizen (Paris)	5 000	59	1%
Yélobile (La Rochelle)	430	59	14%
City Roul (Rennes)	300	7	2%
Marguerite (Nantes)	400	5	1%
Auto Bleue (Nice)	2 500	221	9%
Autres		40	
Total	20 980	2 090	10%

Plus de 70 % des répondants ne connaissent pas d'autres services d'autopartage que celui auquel ils sont abonnés.

Graphique 2 : Connaissance par le répondant d'un autre opérateur que celui auquel il est abonné

Plus de la moitié des répondants sont abonnés à un service d'autopartage depuis 2011 ou 2012. Le classement des répondants par date d'abonnement montre que l'autopartage est aujourd'hui entré dans une phase de développement exponentiel.

Graphique 3 : Date d'abonnement au service d'autopartage



1.4. QUALITÉ DE L'ÉCHANTILLON

La qualité de l'échantillon est un élément essentiel d'une enquête, car la validité des résultats obtenus en dépend totalement, qu'il s'agisse des analyses qualitatives ou des analyses quantitatives.

Pour effectuer une telle évaluation, nous n'avons pas pu nous appuyer sur les fichiers des membres des opérateurs d'autopartage faute d'accès aux données. Nous avons donc eu recours à une approche analogique, en comparant l'échantillon de l'enquête ENA aux données recueillies dans des enquêtes similaires dans d'autres pays européens. Dans cette entreprise, nous nous sommes en particulier basés sur les résultats du programme de recherche européen « MOMO », et plus particulièrement le livrable 2.4 du workpackage 2, qui propose un état des lieux de l'autopartage en Europe (Loose, 2010).

Ce travail comporte en effet une description fine des profils d'utilisateurs de l'autopartage en Allemagne, Angleterre, Belgique, Italie et Suisse. Ces données mettent en évidence une très grande similarité des profils sociodémographiques des membres de coopératives d'autopartage. Ceux-ci sont très majoritairement des personnes ayant un haut niveau de formation (niveau 3 des statistiques européennes), il s'agit également en forte majorité de personnes âgées de 25 à 50 ans et d'hommes, tandis que le revenu des ménages d'autopartageurs est moyen à modeste. En d'autres termes, il s'agit d'une population à fort capital culturel et à capital économique plutôt faible, soit souvent des personnes issues des professions intellectuelles et d'encadrement.

La consistance de ce profil entre des pays dans lesquels le taux de pénétration de l'autopartage au sein de la population est assez contrasté indique que la pratique de l'autopartage est socialement

très situé et qu'il correspond même très probablement à une volonté de distinction et d'affirmation critique de certains modes de consommation.

Retrouve-t-on dans l'échantillon de l'enquête ENA les mêmes proportions ? Pour l'analyser, nous avons comparés les profils identifiés dans l'enquête du programme MOMO à celles que nous avons recueillies. Cette comparaison est présentée dans le tableau 2. Elle indique de grandes similarités entre le profil des autopartageurs français et leurs homologues européens, ce qui atteste de la qualité de l'échantillon recueilli. La loi des grands nombres joue sans doute un rôle important dans cette qualité d'échantillon et en conséquence, il n'est pas nécessaire de redresser l'échantillon.

Tableau 2 : Comparaison des échantillons du programme MOMO et de l'enquête ENA

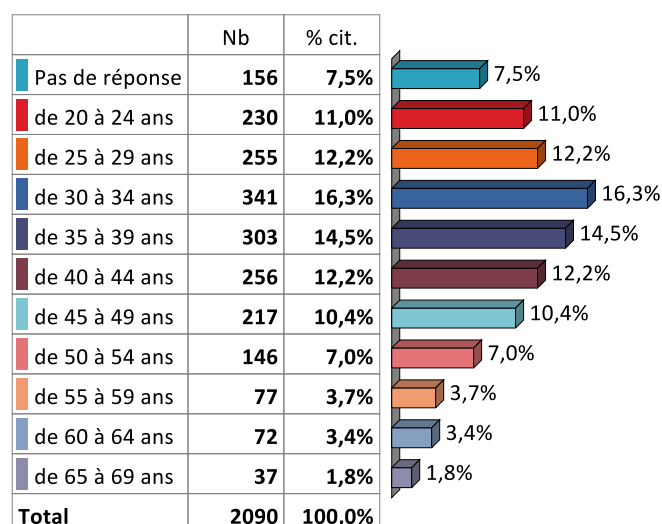
	Enquête européenne	Enquête ENA	Différence en %
<i>% d'hommes</i>	60%	55%	5%
<i>% Niveau d'éducation élevé (Université)</i>	64%	69%	4%
<i>% de personnes âgées de 25 à 49 ans</i>	63%	66%	3%
<i>Proportion d'utilisateurs dans un ménage sans voiture</i>	90%	78%	12%

2. QUI SONT LES AUTOPARTAGEURS ?

2.1. DES ACTIFS DIPLÔMÉS AVEC OU SANS ENFANTS

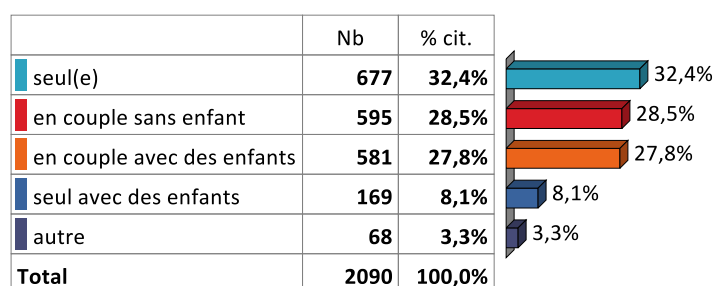
Les hommes sont plus nombreux parmi les répondants que les femmes (55 % contre 45 %). Il est donc plausible, sans que cela soit une certitude, que les hommes soient plus nombreux à utiliser l'autopartage que les femmes. La majorité des répondants est âgée de 30 à 49 ans (54 %). A partir de 55 ans, les abonnés à un service d'autopartage sont moins nombreux.

Graphique 4 : Âge des répondants



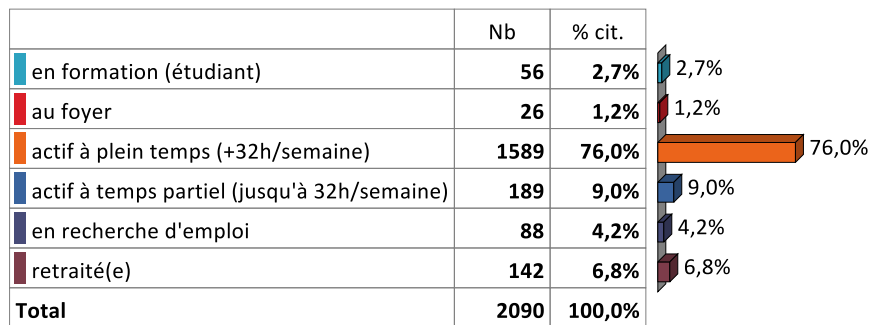
Si plus de 60 % vivent seuls ou en couple sans enfant, 28 % vivent en couple avec enfant(s). Ces chiffres sont semblables à la structure démographique de la France (INSEE, 2009). Avoir des enfants ne semble donc pas être un frein à l'utilisation d'un service d'autopartage.

Graphique 5 : Situation conjugale des répondants



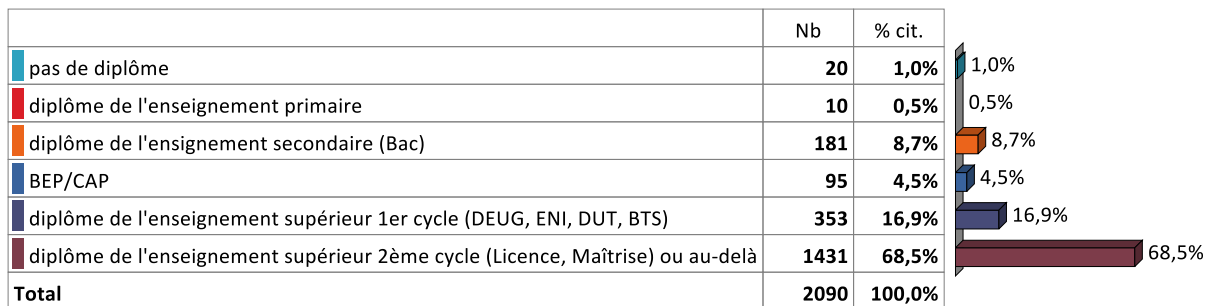
La majorité des répondants sont des actifs travaillant à temps plein.

Graphique 6 : Situation professionnelle des répondants



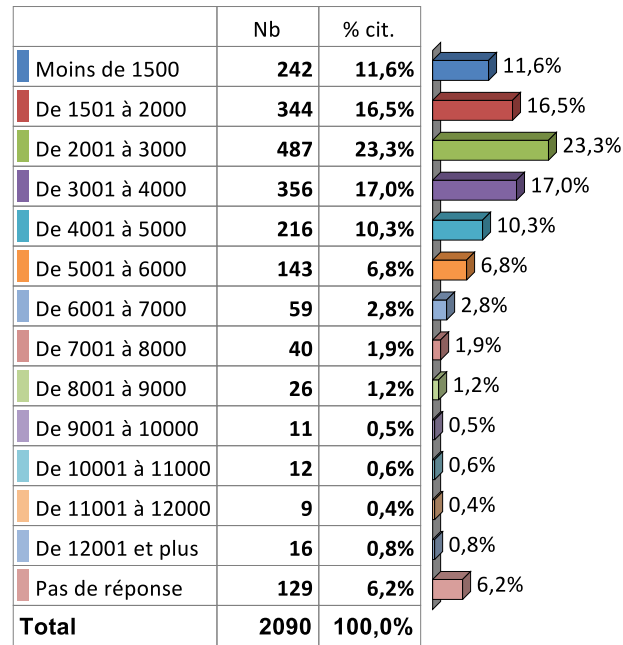
Près de 7 répondants sur 10 détiennent un diplôme de 2^{ème} cycle (contre 18 % au niveau national selon l'INSEE, 2009). Et plus de 98 % possèdent au moins le baccalauréat. Le public de l'autopartage est donc très largement composé de personnes diplômées.

Graphique 7 : Dernier diplôme obtenu par les répondants



Plus de la moitié des ménages des répondants gagnent moins de 3 000 euros net par mois et un quart moins de 2 000 euros par mois.

Graphique 8 : Revenu mensuel net (hors aides et allocations) du ménage des répondants

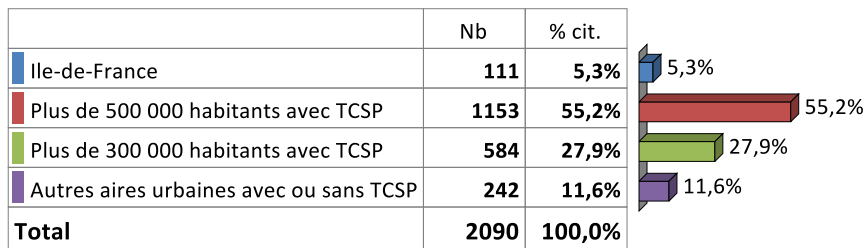


Les abonnés d'un service d'autopartage sont donc principalement des actifs « urbains » de moins de 55 ans. Si leurs niveaux de vie sont corrects, ces ménages sont sensibles à la part de leur budget consacré au transport.

2.2. DES URBAINS RÉSIDANT AU CENTRE DES GRANDES AGGLOMÉRATIONS

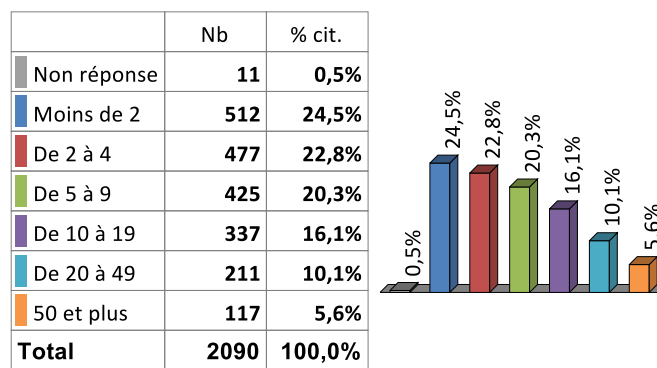
La majorité des répondants réside dans des aires urbaines de plus de 500 000 habitants. Cette tendance paraît confirmée par le fait que le chiffre de 5,5 % obtenu pour l'Île de France n'est pas représentatif et devrait être beaucoup plus élevé. En effet, le questionnaire n'a pas été directement diffusé auprès des abonnés d'Autolib' à Paris et le taux de réponses est par conséquent quasi-nul pour cet opérateur. Seulement 11,6 % des répondants résident dans des aires urbaines de moins de 300 000 habitants, en raison d'une offre d'autopartage plus rare dans les petites agglomérations françaises.

Graphique 9 : Répartition des répondants par type d'aire urbaine



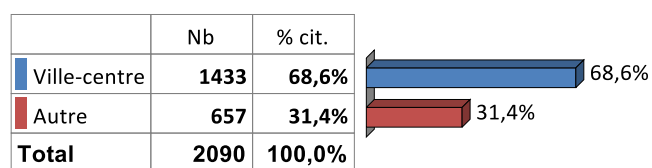
La proximité de l'emploi ou du lieu d'étude facilite l'usage des modes alternatifs à la voiture particulière et ainsi à l'autopartage. En effet, 60,2 % des répondants habitent dans leur commune d'emploi ou d'étude. Un quart des répondants réside à moins de 2 kilomètres de son lieu de travail ou d'études, et quasiment la moitié à moins de 5 kilomètres. Cette proximité est due au fait que 68,6 % des répondants habitent dans la ville-centre de leur agglomération.

Graphique 10 : Nombre de km entre le lieu de résidence et le lieu de travail ou d'études



Les répondants résident plus près de leur lieu de travail ou d'études que le reste de la population française. En effet, si l'on ne prend en compte que les déplacements de moins de 80 km (critère admis pour mesurer la mobilité locale), les déplacements domicile-travail des Français ont une longueur moyenne de 11 km. A titre de comparaison, les répondants à l'enquête habitent en moyenne à 8,6 km de leur lieu de travail ou d'études. De plus, alors que sur l'ensemble des français, seulement 38,5 % habitent à moins de 5 Km de le leur lieu de travail ou d'étude, ils sont près de 50 % chez les autopartageurs. Cette proximité du lieu de travail se fait l'écho du profil des autopartageurs qui, pour l'essentiel, habitent en grande majorité en centre urbain dense.

Graphique 11 : Part des répondants résidant dans la ville-centre de leur agglomération



2.3. DES AUTOMOBILISTES CONTRAINTS À L'UTILISATION DES TRANSPORTS EN COMMUN ET DES USAGERS MULTIMODAUX

Les représentations associées aux moyens de transport sont un ingrédient décisif du choix modal. A ce titre, depuis une quinzaine d'années, les membres de l'équipe 6T ont jeté les bases d'une méthodologie permettant de saisir les représentations positives ou négatives des moyens de transport, renvoyant à des valeurs individuelles ou collectives, et les liens entre ces images et les pratiques habituelles de déplacement. A partir d'un premier contrat de recherche piloté par l'Union des Transports Publics France, puis poursuivi dans le cadre de la thèse de doctorat EPFL (Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne) de Vincent Kaufmann (*Sociologie de la mobilité urbaine : la question du report modal*), ces travaux ont débouché sur la création d'une typologie des logiques d'action, ou rationalités, qui sous-tendent le choix modal. Après un ouvrage grand public au CERTU « Les citoyens face à l'automobilité », la typologie a été reprise et affinée dans le cadre d'un projet du PREDIT 2 (analysant les agglomérations de Paris, Lyon, Strasbourg et Aix-en-Provence). Celui-ci a donné lieu à une publication à La Documentation Française en 2001 : « Automobile et modes de vie urbains : quel degré de liberté ? ». Depuis, la citation d'un corpus d'adjectifs pour qualifier les principaux modes (voiture, TC, vélo) a été pérennisée dans toutes les Enquêtes Ménages Déplacements (EMD) standard CERTU. Et en 2008, l'équipe 6T a été missionnée par le CERTU (en collaboration avec l'EPFL) pour analyser ces citations dans 19 EMD et en construire la typologie du choix modal. Ce travail a débouché en décembre 2010 sur la publication d'un nouvel ouvrage aux éditions du Certu « Et si les français n'avaient plus seulement une voiture dans la tête... » qui permet d'identifier les potentiels de transfert modaux dans les agglomérations françaises.³

Afin d'éclairer les réponses des participants à l'enquête, nous avons construit cette typologie des logiques de choix modal pour les autopartageurs. Cette typologie définit les huit profils d'usagers suivants :

- les « automobilistes exclusifs convaincus » : ils n'utilisent que l'automobile dans la vie quotidienne et ont une mauvaise image des transports en commun. Leurs habitudes spatiales se structurent autour des accessibilités offertes par ce moyen de transport ;
- les « automobilistes exclusifs ouverts » : ils n'utilisent que l'automobile dans la vie quotidienne et n'ont pas une mauvaise image des TC. Leurs habitudes spatiales se structurent autour des accessibilités offertes par ce moyen de transport ;
- les « modes alternatifs exclusifs » : ce sont des captifs n'utilisant jamais l'automobile. Leurs habitudes spatiales se structurent autour des accessibilités offertes par les transports publics, la marche et le vélo ;

³ 6T-Bureau de recherche, EPFL, 2010, « Et si les français n'avaient plus seulement une voiture dans la tête ? Evolution de l'image des modes de transport », CERTU.

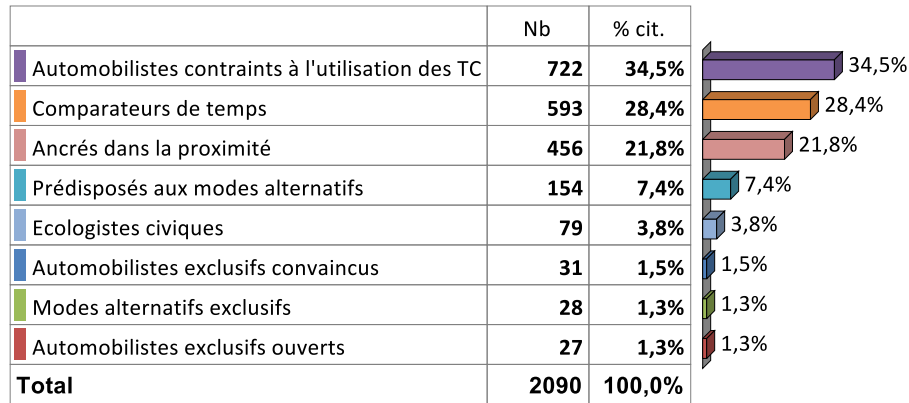
- les « automobilistes contraints à l'usage des transports publics » : ils préfèrent utiliser l'automobile, mais sont contraints par les conditions de stationnement à utiliser un autre moyen de transport pour certaines destinations quotidiennes ;
- les « prédisposés aux modes alternatifs » : ils préfèrent utiliser les transports publics, la marche ou le vélo à l'automobile pour les caractéristiques de la mobilité offerte par ces deux moyens de transport ;
- les « comparateurs de temps » : ils utilisent le mode de transport le plus rapide. Ils ont une bonne connaissance de l'offre de transports en commun et de la voiture et choisissent leurs modes de transports au cas par cas pour chaque déplacement. Ils constituent les usagers multimodaux par excellence ;
- les « écologistes civiques » : ils privilégient l'usage des moyens de transports écologiques pour être en accord avec leurs convictions ;
- les « ancrés dans la proximité » : ils n'aiment pas se déplacer par des moyens de transports motorisés, leurs habitudes spatiales se structurent autour des modes actifs et de l'offre de proximité.

Les trois types d'usagers les plus représentés chez les autopartageurs sont les automobilistes contraints à l'utilisation des transports en commun, les comparateurs de temps et les ancrés dans la proximité. Voici comment peut s'expliquer la ventilation des types :

- Le fort taux d'automobilistes contraints à utiliser les transports collectifs (34,5%) met deux éléments en exergue. D'une part, sans une politique de restriction de l'usage de la voiture particulière l'autopartage ne peut pas se développer. D'autre part, les autopartageurs n'aiment a priori pas les transports collectifs et l'autopartage s'avère donc être une « opportunité positive » pour découvrir l'ensemble des autres modes alternatifs.
- Le fort taux de comparateurs de temps (28,4%) confirme que les autopartageurs sont sensibles à l'offre et savent bien panacher « leur cocktail transport ».
- Le fort taux d'ancrés dans la proximité (21,8%) témoigne d'une des caractéristiques importantes de l'autopartageur : habiter en centre urbain dense et multifonctionnel. Par ailleurs, alors que l'ancré dans la proximité n'aime pas utiliser les modes motorisés, l'autopartage (en tant que mode occasionnel) est peut-être le seul mode motorisé qu'il veuille bien intégrer dans son cocktail transport.
- Le faible taux de prédisposés aux modes alternatifs (7,4%) corrobore le fort taux d'automobilistes contraints à l'usage des TC. L'autopartageur n'a a priori pas forcément une bonne image des transports collectifs.
- Le faible taux d'écologistes civiques (3,8%) montre que l'on ne vient pas à l'autopartage principalement par conviction écologique. Il y a même moins d'écologistes civiques chez les autopartageurs que dans la population globale.
- Les 2,8% d'automobilistes exclusifs (convaincus et ouverts confondus) montrent bien que l'autopartage ne développe pas l'usage de la voiture, au contraire.

- Enfin, les 1,3% de modes alternatifs exclusifs correspondent au très faible taux d'abonnés à un service d'autopartage qui finalement n'utilisent jamais l'autopartage.

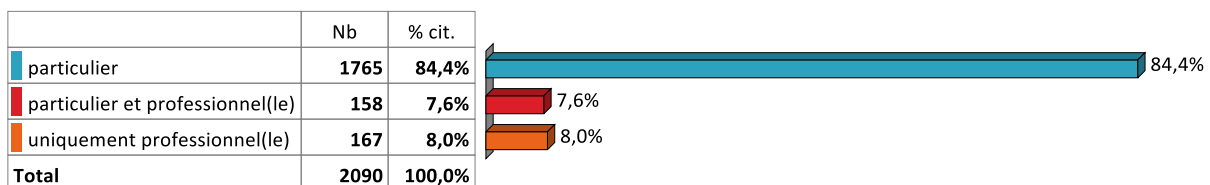
Graphique 12 : Répartition des répondants selon la typologie des logiques de choix modal



2.4. DE NOMBREUX PARTICULIERS ET QUELQUES PROFESSIONNELS

84,4 % des répondants sont abonnés à l'autopartage à titre particulier uniquement. Moins de 15 % des répondants l'utilisent, partiellement ou exclusivement, pour des déplacements professionnels.

Graphique 13 : Abonnement à titre particulier et/ou professionnel



Les enjeux pour les usagers uniquement professionnels sont spécifiques (le choix du passage à l'autopartage vient de l'entreprise, utilisation en journée, moins de contraintes de coûts, etc.). Cette catégorie d'abonnés a donc été soustraite à l'échantillon utilisé pour les analyses qui vont suivre. Les termes « les répondants », « l'ensemble des répondants », « les abonnés », « les usagers » désignent donc l'ensemble des répondants à l'exception de ces usagers. Lorsque l'échantillon total est utilisé pour une analyse, cela est explicitement mentionné. Des analyses concernant spécifiquement les abonnés à titre uniquement professionnels sont présentées dans les développements ci-après.

De même, pour les services Autolib' Paris et Yélobile qui proposent un service en « trace directe », nous avons ponctuellement extrait les résultats pour en proposer des analyses spécifiques.

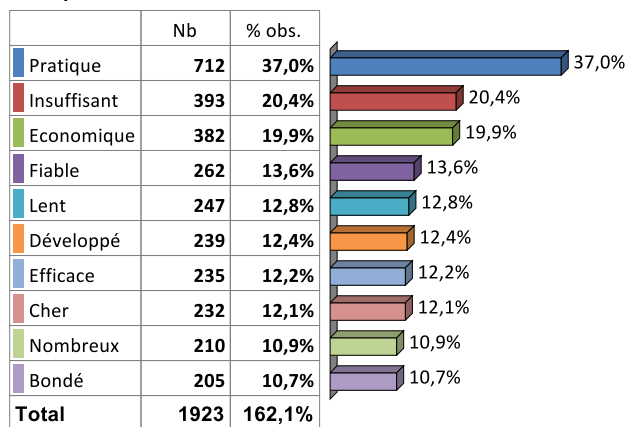
3. L'IMAGE DE L'AUTOPARTAGE

3.1. UNE IMAGE RELATIVEMENT POSITIVE DE L'AUTOPARTAGE...

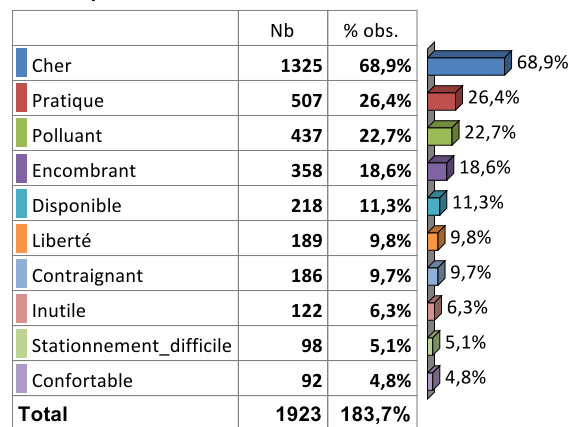
Afin d'évaluer l'image que les répondants ont des transports en commun, de la voiture particulière et de l'autopartage, il leur a été demandé de citer spontanément trois adjectifs relatifs à chacun de ces modes. Le graphique ci-dessous regroupe les 10 adjectifs les plus cités pour chaque mode.

Graphique 14 : Adjectifs les plus cités pour les transports en commun, la voiture particulière et l'autopartage

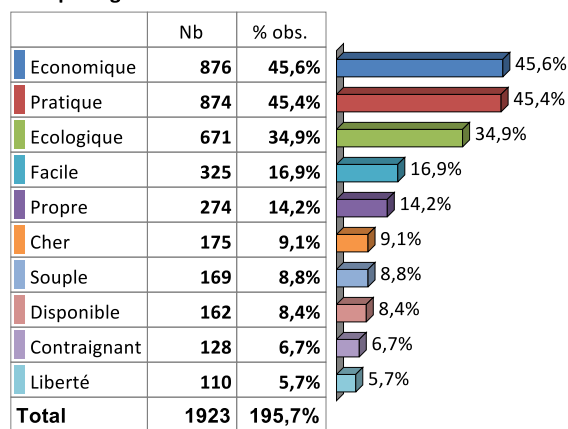
Transports en commun



Voiture particulière



Autopartage



La colonne « Nb » indique le nombre de citations de l'adjectif.

La colonne « %obs » indique le pourcentage des répondants ayant cité l'adjectif.

La ligne « Total » indique le nombre de répondants à la question, ainsi que le ratio nombre d'adjectifs cités/nombre de répondants (en pourcentage).

En considérant le classement des adjectifs, il apparaît que les trois modes ont pour point commun de voir leur aspect « pratique » largement mis en avant. L'adjectif « pratique » est le signe que de nombreux répondants parviennent à intégrer efficacement chacun de ces modes à ses habitudes de déplacement, sans que cela ne leur demande un effort particulier. Autrement dit, pour les autopartageurs, l'autopartage est un mode de transport comme un autre.

Presque tous les adjectifs relatifs à l'autopartage le qualifient positivement, à l'exception dans une très faible part de « contraignant » (6,7 % des répondants) et « cher » (9,1 %). Il bénéficie donc d'une image relativement consensuelle. Il s'agit par ailleurs du seul mode qualifié de « facile » (4^e adjectif le plus cité, par 16,9 % des répondants). Là où l'autopartage est avant tout « économique » (1^{er}, 45,6 %) et « écologique » (3^e, 34,9 %), la voiture est avant tout « chère » (1^{er} avec 68,9 %) et « polluante » (3^e avec 22,7 %). Plus que l'autopartage, la voiture particulière est associée à deux images contradictoires : celle de la contrainte (« encombrant », « contraignant », « stationnement difficile ») et celle de la flexibilité (« disponible », « liberté ») que son usage peut conférer. **Ainsi, l'autopartage semble avoir tous les avantages de la voiture particulière sans les inconvénients.** Mieux, le service permet de dépasser l'objet. Alors que la voiture particulière est considérée comme polluante, la voiture autopartagée serait écologique. C'est donc bien l'usage « raisonné » de la voiture qui est en question et non plus le mode stricto sensu.

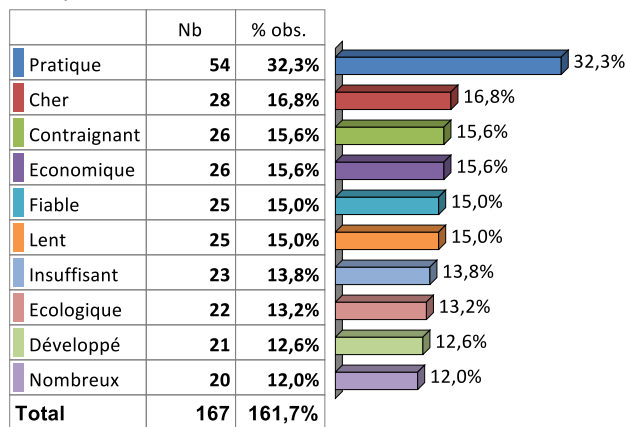
L'image des transports en commun est également paradoxale : l'offre TC est à la fois perçue comme « développée » (12,4 %) et « insuffisante » (20,4 %), le service à la fois comme « efficace » (12,2 %) et « lent » (12,8 %). Face à cette perception paradoxale des TC par les autopartageurs, l'intérêt de l'autopartage s'avère d'être un mode globalement complémentaire des TC. C'est parce qu'il existe une bonne alternative TC que l'on peut se passer de sa voiture particulière. Et c'est aussi parce que l'offre TC ne peut pas être aussi dense ni sur toute l'agglomération ni à tous les moments de la journée ou de la semaine, que l'autopartage est pertinent.

L'analyse du classement des adjectifs révèle que **les répondants ont une image positive de l'autopartage. Les images de la voiture personnelle et des transports en commun sont plus contrastées, voire paradoxales.**

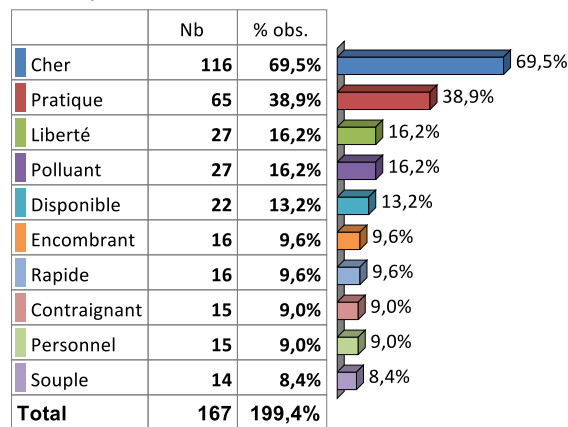
Notons que le classement des adjectifs donnés par les utilisateurs de l'autopartage à titre uniquement professionnel est différent de celui obtenu avec le reste des répondants.

Graphique 15 : Adjectifs les plus cités par les abonnés à titre uniquement professionnel pour les transports en commun, la voiture particulière et l'autopartage

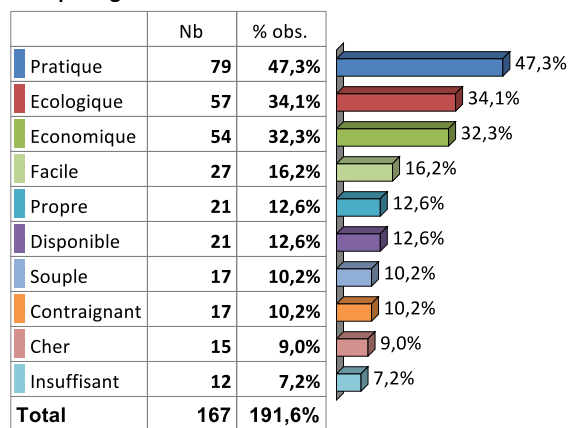
Transports en commun



Voiture particulière



Autopartage



La colonne « Nb » indique le nombre de citations de l'adjectif.

La colonne « %obs » indique le pourcentage des répondants ayant cité l'adjectif.

La ligne « Total » indique le nombre de répondants à la question, ainsi que le ratio nombre d'adjectifs cités/nombre de répondants (en pourcentage).

Les abonnés à titre professionnel considèrent les transports en commun comme avant tout pratiques, mais aussi « chers » (2^{er} adjectif cité, par 16,8 % des répondants) et « contraignants » (3^e, 15,6 %). Si la voiture particulière est également considérée comme « chère » (1^{er}, 69,5 %), elle est fortement associée à l'idée de « liberté » (3^e, 16,2 %). Les 10 adjectifs les plus cités pour qualifier l'autopartage sont similaires à ceux cités par le reste des répondants. Notons cependant qu'apparaît dans le classement l'adjectif « insuffisant » (10^e, 7,2 %). Pour l'abonné professionnel, qui utilise l'autopartage à une fréquence plus importante, la densité de l'offre s'avère ainsi plus problématique que pour le particulier.

3.2. ... MAIS MAJORITAIREMENT NEUTRE

L'analyse du classement des adjectifs nous informe sur les représentations répandues parmi les autopartageurs des transports en commun, de la voiture particulière et de l'autopartage. Nous complétons cette analyse par celle du rapport individuel de chaque répondant à chacun des trois modes. Pour chaque répondant, le nombre d'adjectifs positifs, neutres et négatifs cités pour un mode a été comparé afin de définir s'il/elle entretient un rapport positif, neutre ou négatif à ce mode.

Ce même travail a été réalisé précédemment par 6T-Bureau de recherche sur les résultats de 19 Enquêtes Ménages Déplacements en France⁴. Nous sommes donc en mesure de comparer les représentations individuelles pour les répondants à l'Enquête Nationale Autopartage et pour un échantillon représentatif de l'ensemble de la population française.

Tableau 3 : Image des modes de transport : comparaison entre les autopartageurs et la population française

	VOITURE PARTICULIERE		TRANSPORTS EN COMMUN		AUTOPARTAGE
	Autopartageurs	Pop. Française (19 EMD)	Autopartageurs	Pop. Française (19 EMD)	Autopartageurs
<i>Image positive</i>	47%	57%	18%	54%	41%
<i>Image négative</i>	13%	33%	10%	40%	13%
<i>Image neutre</i>	40%	10%	72%	6%	46%

Les autopartageurs ont une image beaucoup plus neutre de la voiture particulière que le reste de la population française (40 % contre 10 %). Ils sont 10 % de moins à en avoir une image positive (47 % contre 57 %) et 20% de moins à en avoir une image négative (13 % contre 33 %). La part des autopartageurs ayant une image neutre des transports en commun est également très élevée par rapport à l'ensemble des français (72 % contre 6 %).

Ces tendances montrent que **les autopartageurs ne sont pas des opposants à la voiture particulière, ni des partisans des transports en commun**. Cependant, nos analyses présentées ultérieurement dans ce rapport révèlent que l'autopartage amène fréquemment les ménages à se séparer de leur véhicule personnel et qu'il déclenche des reports modaux élevés vers les transports en commun. **L'autopartage apparaît donc comme un moyen adapté pour faire adopter les transports en commun, et par extension les autres modes alternatifs, à des personnes qui n'y seraient pas venues spontanément.**

Par ailleurs, si les autopartageurs ont une image largement positive de l'autopartage (41% de positifs contre 13% de négatifs), ils en ont également une image majoritairement neutre (46 %). Les autopartageurs sont conscients des avantages mais aussi des inconvénients de l'autopartage : l'image qu'ils en ont n'est pas assez positive pour expliquer à elle seule son utilisation.

⁴ 6T-BUREAU DE RECHERCHE., 2010, Et si les Français n'avaient plus seulement une voiture dans la tête ? Evolution de l'image des modes de transport (à partir de l'analyse de 19 EMD), Dossier CERTU, Lyon.

3.3. L'AUTOPARTAGE : UN COMPLÉMENT DE L'OFFRE DE TRANSPORTS EN COMMUN SPÉCIFIQUE À CHAQUE CONTEXTE URBAIN

Le classement des cinq adjectifs les plus cités pour qualifier la voiture particulière et l'autopartage varie peu selon le type d'aire urbaine considéré : leur image est donc indépendante du contexte urbain. Elle reste avant tout positive pour l'autopartage, et avant tout négative pour la voiture personnelle.

Tableaux 4 et 5 : Classement des adjectifs relatifs à la voiture particulière et à l'autopartage selon le type d'aire urbaine

VOITURE PARTICULIERE				
	<i>Ile-de-France</i>	<i>> 500 000 habitants avec TCSP</i>	<i>> 300 000 habitants avec TCSP</i>	<i>Autres aires urbaines avec ou sans TCSP</i>
1	Cher	Cher	Cher	Cher
2	Pratique	Pratique	Pratique	Pratique
3	Polluant	Polluant	Polluant	Polluant
4	Encombrant	Encombrant	Encombrant	Encombrant
5	Confortable	Disponible	Contraignant	Liberté
6	Contraignant	Liberté	Disponible	Disponible
7	Inutile	Contraignant	Liberté	Contraignant
8	Liberté	Inutile	Souple	Utile
9	Disponible	Stationnement difficile	Inutile	Agréable
10	Agréable	Confortable	Personnel	Inutile

AUTOPARTAGE				
	<i>Ile-de-France</i>	<i>> 500 000 habitants avec TCSP</i>	<i>> 300 000 habitants avec TCSP</i>	<i>Autres aires urbaines avec ou sans TCSP</i>
1	Economique	Pratique	Economique	Economique
2	Pratique	Economique	Pratique	Pratique
3	Ecologique	Ecologique	Ecologique	Ecologique
4	Propre	Facile	Propre	Facile
5	Facile	Propre	Facile	Propre
6	Cher	Disponible	Souple	Disponible
7	Judicieux	Cher	Cher	Souple
8	Souple	Souple	Contraignant	Contraignant
9	Stationnement difficile	Contraignant	Liberté	Judicieux
10	Insuffisant	Liberté	Disponible	Cher

En revanche, le classement des adjectifs utilisés pour qualifier les transports en commun varie fortement selon le type d'aire urbaine considéré.

Tableau 6 : Classement des adjectifs relatifs aux transports en commun selon le type d'aire urbaine

TRANSPORTS EN COMMUN			
Ile-de-France	> 500 000 habitants avec TCSP	> 300 000 habitants avec TCSP	Autres aires urbaines avec ou sans TCSP
1 Bondé	Pratique	Pratique	Pratique
2 Pratique	Insuffisant	Fiable	Economique
3 Nombreux	Economique	Développé	Insuffisant
4 Inconfortable	Lent	Economique	Contraignant
5 Efficace	Fiable	Cher	Lent
6 Economique	Bondé	Efficace	Fiable
7 Développé	Cher	Insuffisant	Ecologique
8 Rapide	Rapide	Nombreux	Nombreux
9 Contraignant	Développé	Lent	Inconfortable
10 Fiable	Efficace	Rapide	Retard

Le classement des adjectifs nous informe sur les défaillances de l'offre de transport en commun que l'autopartage peut pallier. Dans les grandes agglomérations, **l'avantage de l'autopartage apparaît comme une compensation (pour certains déplacements) aux transports en commun en matière de confort (« bondé », « inconfortable ») et de « fiabilité »**. Dans les plus petites aires urbaines, **l'avantage de l'autopartage apparaît comme un complément d'une offre de transport en commun « insuffisante » (moins « nombreuse » moins « rapide »)**.

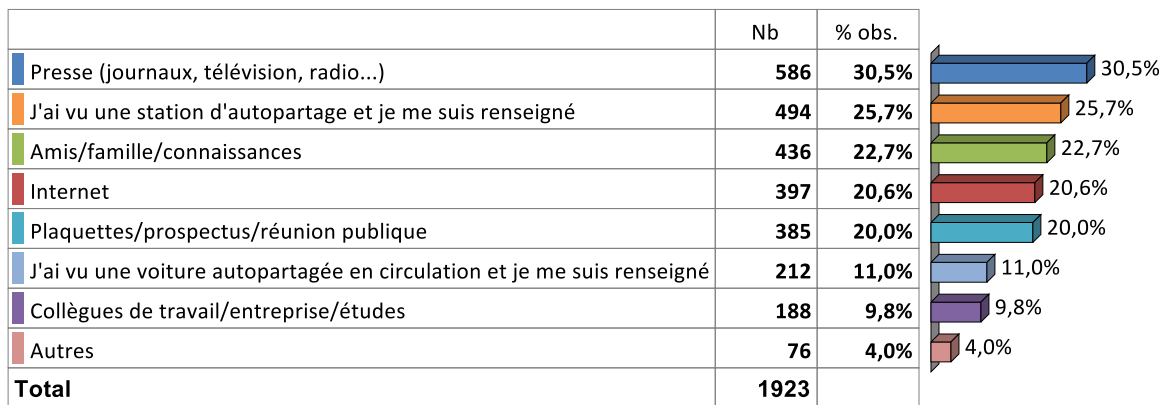
L'autopartage profite d'une image positive auprès de ses usagers. Cependant, l'image de l'autopartage ne suffit pas à elle seule pour expliquer le recours à l'autopartage. Par ailleurs, l'image qu'ils ont des transports en commun varie selon le type d'aire urbaine considérée. Elle laisse à penser que les motivations du passage à l'autopartage s'articulent avec le contexte territorial et l'offre de transports locale. Quels sont les autres facteurs explicatifs du passage à l'acte ?

4. LE PASSAGE A L'AUTOPARTAGE

4.1. FAIRE CONNAÎTRE L'AUTOPARTAGE, UN ENJEU POUR LE DÉVELOPPEMENT DU SYSTÈME

La connaissance de l'autopartage se diffuse par la presse (30,5 % des répondants), la visibilité des stations dans la ville (25,7 % des répondants), par le bouche-à-oreille (22,7 %).

Graphique 16 : « Comment avez-vous connu l'autopartage ? » (plusieurs réponses possibles)



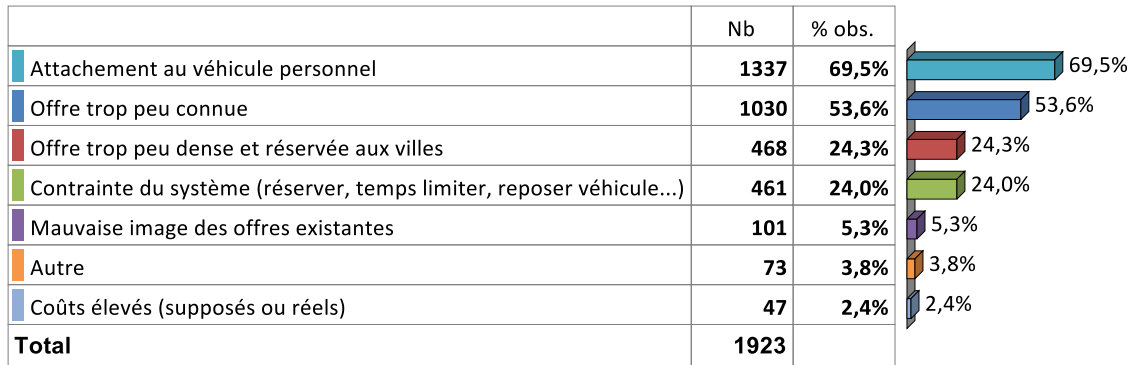
La colonne « Nb » indique le nombre de citations de la réponse.

La colonne « %obs » indique le pourcentage des répondants ayant cité la réponse.

La ligne « Total » indique le nombre de répondants à la question.

Si l'attachement au véhicule personnel est cité comme la supposition principale du faible usage de l'autopartage (cité par 70 % des répondants), la méconnaissance de l'offre est également massivement citée (cité par 54 % des répondants). Les contraintes du système d'autopartage en tant que tel ne semblent pas être un frein majeur à l'abonnement (cité par 24 % des répondants). L'enjeu serait de développer l'offre : un développement vecteur de médiatisation...

Graphique 17 : « Pourquoi à votre avis le nombre de ménages qui recourent à l'autopartage est-il plutôt modeste à ce jour ? » (plusieurs réponses possibles)



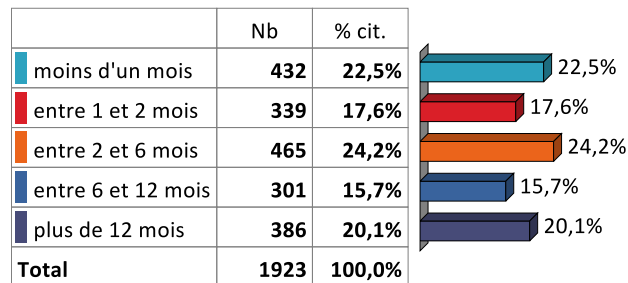
La colonne « Nb » indique le nombre de citations de la réponse.

La colonne « %obs » indique le pourcentage des répondants ayant cité la réponse.

La ligne « Total » indique le nombre de répondants à la question.

Près d'un quart des répondants sont passés à l'autopartage dès qu'ils ont eu connaissance de son existence (moins d'un mois après), 65 % moins de 6 mois après et 80 % moins d'un an après. Une fois le système connu, l'adhésion est donc relativement rapide.

Graphique 18 : « Une fois que vous avez appris l'existence d'un service d'autopartage, combien de temps avez-vous mis pour vous y abonner ? »



La connaissance de l'autopartage est un fort enjeu pour son développement. En effet, les utilisateurs actuels estiment que la faible diffusion de l'autopartage est en partie due au manque de connaissance du système..

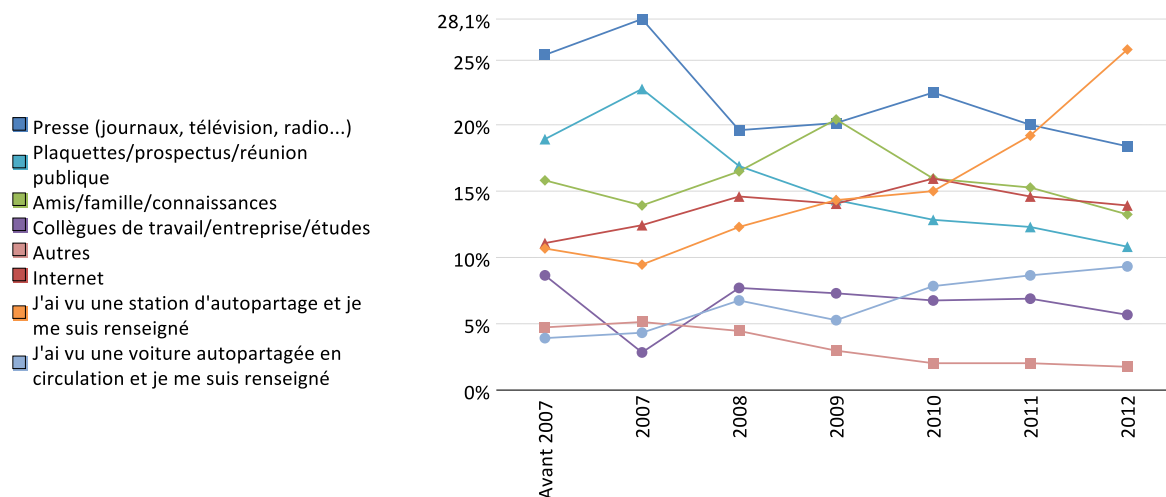
4.2. DES MOYENS DE CONNAISSANCE À DÉVELOPPER

La visibilité du système : d'un mode pour initiés à un mode populaire

Avant 2007, la presse et le bouche-à-oreille jouaient un rôle clé dans la connaissance de l'autopartage. Depuis, la visibilité des stations et celles des voitures louées en autopartage ont vu

leur influence croître. **Pour les répondants qui se sont abonnés en 2012, la visibilité des stations s'avère être le principal moyen de découverte de l'autopartage.**

Graphique 19 : Moyen de connaissance de l'autopartage selon la date d'abonnement (plusieurs réponses possibles)

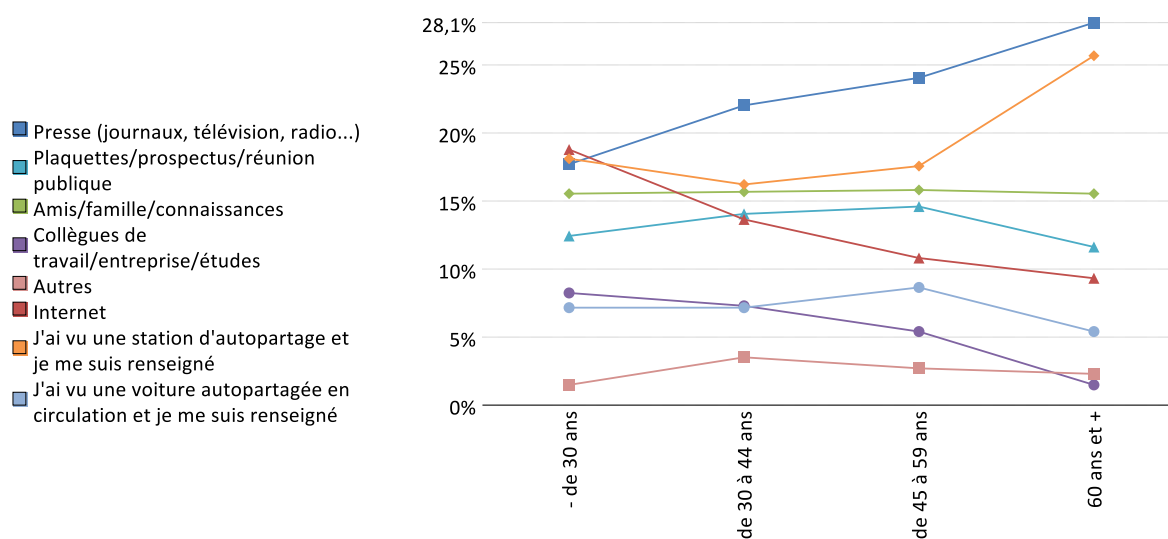


Cette dynamique relève certainement d'un cercle vertueux : plus les abonnés sont nombreux, plus l'offre est abondante (multiplication des stations) et plus l'autopartage est visible. Ce qui amène de nouvelles personnes à découvrir le système et à s'abonner. L'autopartage se développe alors et gagne encore en visibilité, etc.

Internet : le média privilégié des plus jeunes

Les médias traditionnels constituent avant tout un moyen de connaissance pour les autopartageurs les plus âgés. L'Internet constitue quant à lui le principal moyen de découverte de l'autopartage pour les moins de 30 ans. Il s'agit d'un support majeur pour conquérir les futures générations d'utilisateurs.

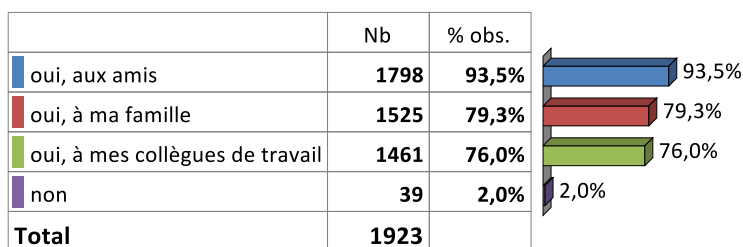
Graphique 20 : Moyen de connaissance de l'autopartage selon l'âge (plusieurs réponses possibles)



Une diffusion de la pratique au sein du réseau social privé

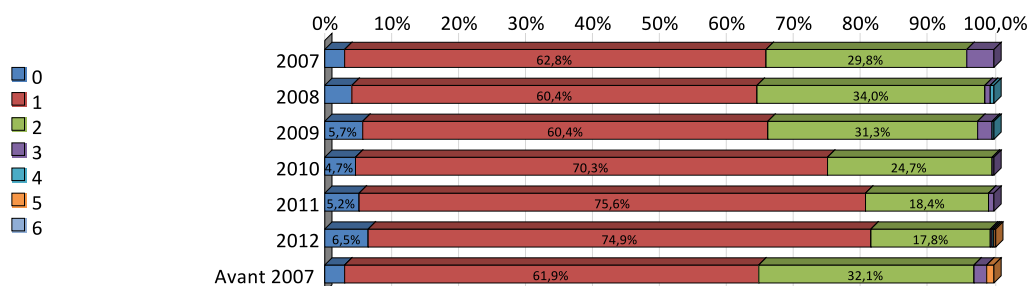
Le bouche-à-oreille est un moyen de connaissance du système à l'importance mesurée (15,5 % des réponses). Il s'agit cependant d'une pratique répandue 94 % des autopartageurs parlent de l'autopartage à leurs amis, 79 % à leur famille et 76 % à leurs collègues.

Graphique 21 : « Est-ce que vous parlez de votre utilisation de l'autopartage autour de vous ? » (plusieurs réponses possibles ; la colonne « nb » indique le nombre de citations pour les 1923 répondants)



Par ailleurs, il apparaît que plus les autopartageurs sont abonnés de longue date, plus le nombre de personnes pratiquant l'autopartage au sein de leur foyer est élevé. Ainsi, avec le temps, la pratique de l'autopartage semble se diffuser au sein même du foyer.

Graphique 22 : Nombre d'utilisateurs de l'autopartage au sein du foyer selon la date d'abonnement

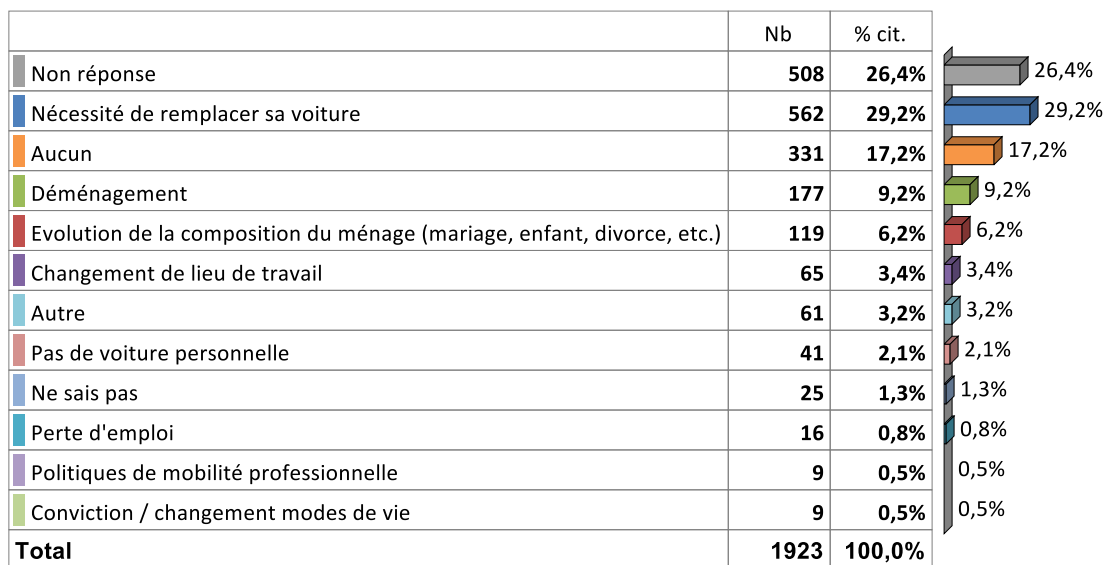


4.3. L'AUTOPARTAGE EN PHASE AVEC LES BESOINS ACTUELS

Le passage à l'autopartage : un hasard opportun qui permet des économies

29 % des répondants sont passés à l'autopartage au moment où il était nécessaire de changer leur voiture (panne, véhicule ancien...) et 9 % après un déménagement. Pour autant, près d'un quart des répondants n'invoque pas d'évènement déclencheurs et un quart n'a pas répondu à la question.

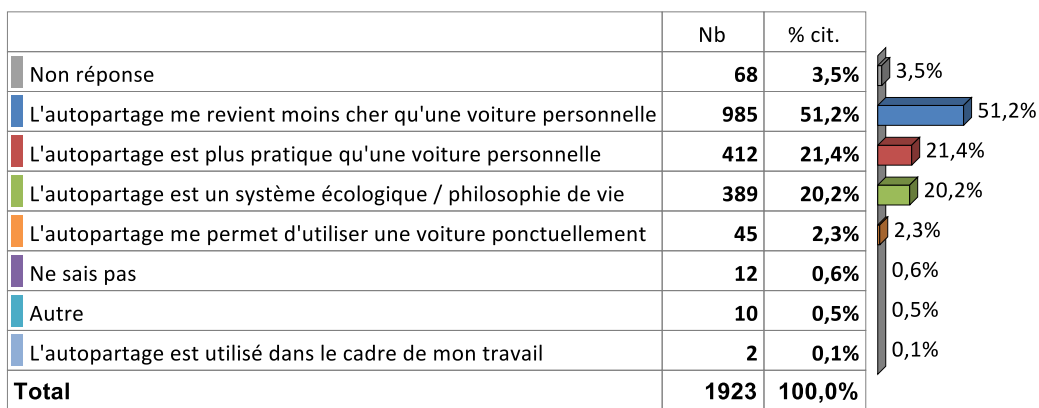
Graphique 23 : « Quel évènement principal a déclenché votre abonnement à l'autopartage » ? (une seule réponse possible)



Plus de la moitié des répondants ont adhéré à l'autopartage pour des raisons financières. Pour 20% des répondants, il s'agit de motivations d'ordre écologique. Et pour 20% des répondants, le côté pratique de l'autopartage explique l'adhésion à un service d'autopartage. Les motivations sont

également très dépendantes du type d’usager : la question des économies réalisées est moins citée par les usagers uniquement professionnels. En effet, les usagers de l’autopartage dans un cadre professionnel ne sont généralement pas les payeurs finaux du service, c’est leur entreprise qui paye.

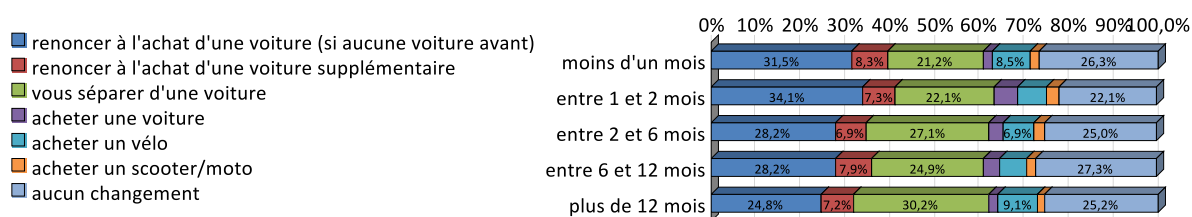
Graphique 24 : « Quelle était votre motivation principale pour l’abonnement à l’autopartage ? » (une seule réponse possible)



Pour la moitié des répondants, aucun évènement particulier n’a déclenché l’adhésion à l’autopartage. Quand celle-ci n’est pas due à la fin de vie d’une voiture personnelle ou un déménagement, elle semble **moins guidée par une stratégie de mobilité que par un hasard opportun**. En revanche, il existe un clair **consensus sur les motivations du recours à l’autopartage, qui sont avant tout budgétaires**.

Notons que les ménages qui se séparent d’une voiture après avoir adhéré à un service d’autopartage sont aussi ceux qui mettent le plus longtemps à s’abonner après avoir découvert son existence. Ces ménages sont certainement plus dépendants de la fin de vie de leur voiture particulière.

Graphique 25 : Délai d’abonnement à partir de la découverte du service, selon l’évolution de la possession de véhicules

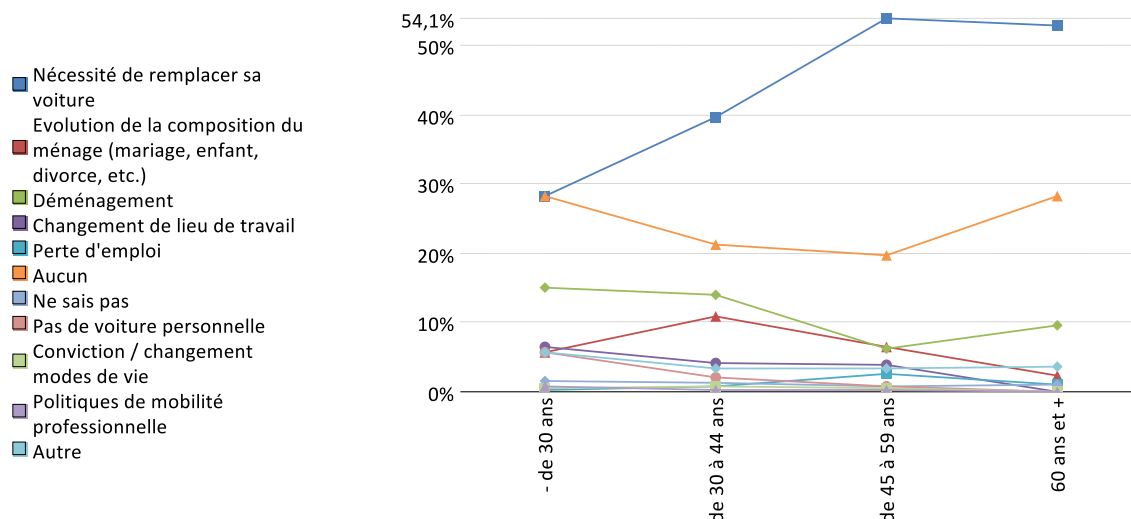


Des raisons de s’abonner à chaque étape du parcours de vie

Les évènements qui déclenchent l’adoption de l’autopartage témoignent souvent d’un passage à une nouvelle étape du parcours de vie. Pour les moins de 30 ans, les déménagements jouent un rôle prépondérant. Les changements dans la composition du ménage jouent surtout un rôle de déclencheur pour les 30-44 ans. La nécessité de remplacer sa voiture est un évènement dont l’importance augmente avec l’âge des répondants, en lien avec l’augmentation de l’âge de leur véhicule. Les moins de 30 ans sont plus nombreux à adhérer à l’autopartage sans que leur choix ne

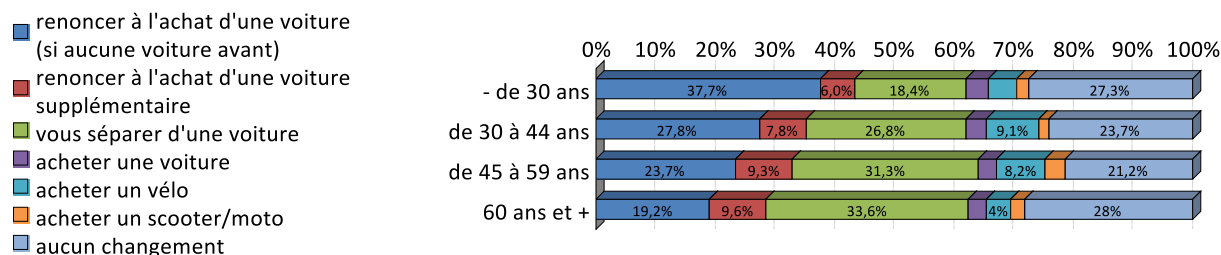
soit guidé par un évènement déclencheur : l'autopartage fait pour eux simplement partie des offres de mobilité disponibles, ils s'abonnent comme ils s'abonneraient à un service de vélos en libre-service ou à d'autres services de mobilité.

Graphique 26 : évènement déclencheur de l'abonnement à l'autopartage selon l'âge



Pour les répondants les plus jeunes, l'autopartage permet avant tout d'éviter l'achat d'une voiture particulière (par exemple après un déménagement lié à l'entrée dans la vie active, ou à l'arrivée d'un enfant). Pour les plus âgés, il permet plutôt de se séparer d'un véhicule, par exemple après le départ des enfants ou après le départ en retraite.

Graphique 27 : « L'abonnement à l'autopartage vous a amené à... » (plusieurs réponses possibles)

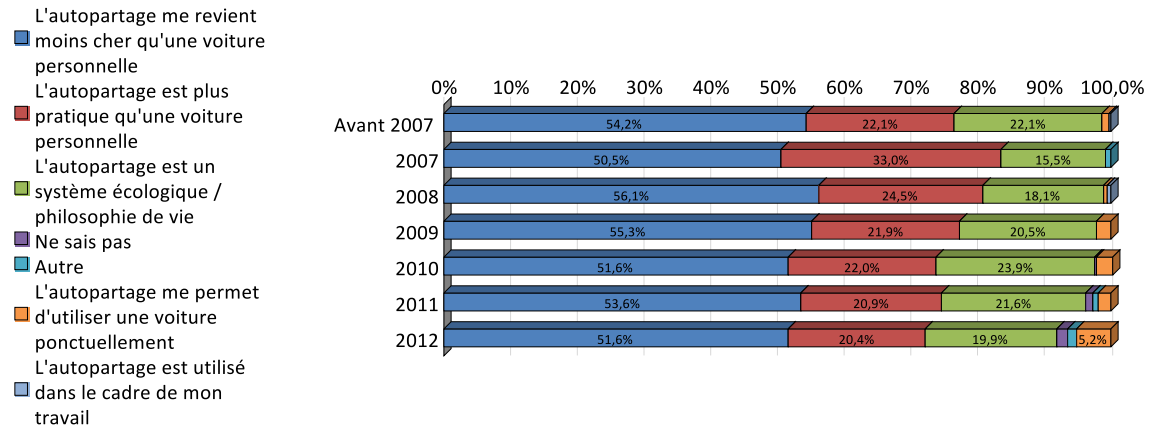


La montée en puissance d'un rapport utilitaire à l'autopartage

Les années passées ont vu émerger une nouvelle catégorie d'utilisateurs, qui recourt à l'autopartage non pas (ou pas prioritairement) pour des raisons économiques, par substitution à la voiture particulière ou par conviction, mais spécifiquement pour bénéficier du service offert par l'autopartage : la possibilité d'utiliser une voiture ponctuellement. Cette motivation est inexistante dans les réponses des abonnés les plus anciens, mais elle citée par plus de 5 % des répondants qui se sont abonnés en 2012. S'ils représentent encore une part très mineure de l'ensemble des répondants

(2,4%), les autopartageurs abonnés depuis 2012 qui citent cette motivation sont présents en proportions similaires dans l'ensemble des agglomérations.

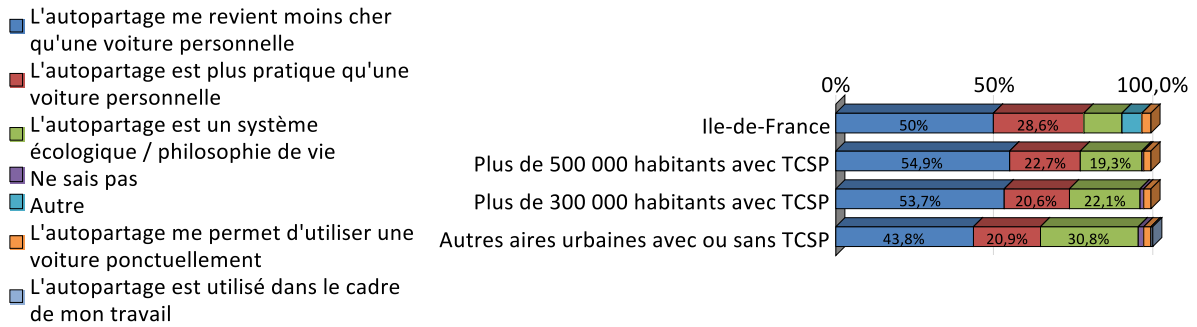
Graphique 28 : Motivation principale pour l'adhésion à l'autopartage selon la date d'abonnement (une seule réponse possible)



Une praticité valorisée dans les grandes agglomérations

Les motivations déclarées par les répondants traduisent un rapport à l'autopartage qui varie selon les contextes urbains. Les habitants des plus petites aires urbaines sans TCSP sont les plus nombreux à faire valoir l'argument écologique. Celui-ci paraît recouvrir une notion d'effort : dans des contextes urbains où s'affranchir de la voiture personnelle est difficile et où l'offre d'autopartage reste modérée, l'autopartage est valorisé pour son aspect écologique, à défaut d'un usage facile. Dans les grandes aires urbaines équipées en TCSP, la motivation écologique s'efface largement au profit de la praticité.

Graphique 29 : Motivation principale pour l'adhésion à l'autopartage selon le type d'aire urbaine (une seule réponse possible)



L'autopartage semble de plus en plus valorisé spécifiquement pour l'offre qu'il propose et particulièrement adapté dans les grandes agglomérations. Quelles sont les configurations qui permettent à ses utilisateurs d'y recourir avec une efficacité maximale ? Comment son utilisation varie-t-elle en fonction des différents contextes urbains ?

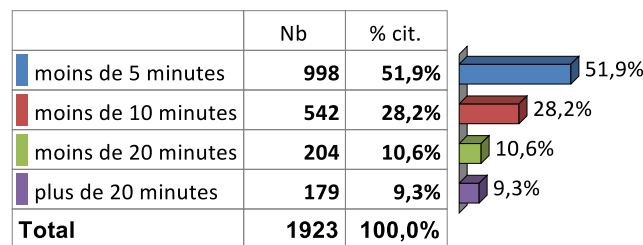
5. LA PRATIQUE DE L'AUTOPARTAGE

5.1. UN MODE ADAPTÉ AUX HABITANTS DES CENTRES URBAINS

Plus des deux tiers des répondants résident dans la ville-centre de leur agglomération. Cette localisation a pour eux trois implications :

- Ils habitent dans des contextes urbains où le stationnement est contraint, et tend à l'être de plus en plus. L'autopartage permet de continuer à utiliser une voiture sans subir cette contrainte.
- Ils sont connectés à une offre de transports bien développée. La majorité des répondants réside à moins de 5 minutes d'une station de transports en commun. Pour 58 % d'entre eux, il s'agit d'une station de TCSP lourds.

Graphique 30 : « A combien de temps à pied depuis votre domicile se trouve la station d'autopartage la plus proche ? »

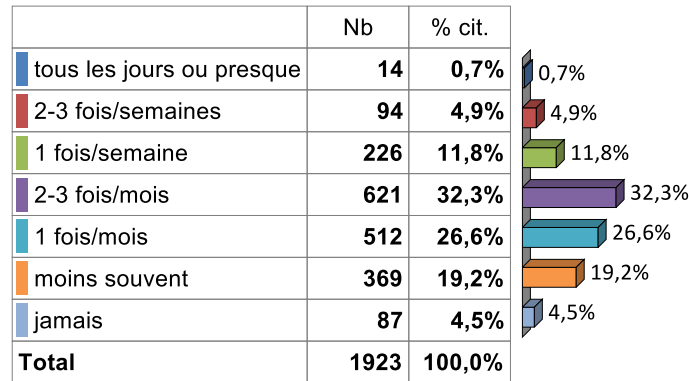


L'autopartage est donc utilisé parce qu'il permet de s'affranchir de la contrainte du stationnement, mais aussi parce qu'il est une solution plus pertinente que les autres modes de transport pour certains types de déplacements. Rappelons que les « comparateurs de temps », qui choisissent pour chacun de leurs déplacements la solution la plus adaptée en termes de temps et de coût, sont le deuxième type d'autopartageurs le plus représenté.

Enfin, les répondants habitent à proximité de leur lieu de travail ou d'études : à moins de 2 km pour 25 % d'entre eux et à moins de 5 km pour 47 % d'entre eux. Cette proximité, couplée à celle des transports en commun, a pour conséquence une faible dépendance à la voiture pour les trajets domicile-travail. Les autopartageurs sont donc plutôt des usagers occasionnels de la voiture : seuls 16% d'entre eux utilisaient la voiture tous les jours ou presque avant de s'abonner à l'autopartage. L'autopartage offre aux « urbains » une solution plus adaptée, en termes de facilité d'usage et de coût, à leur besoin d'utiliser ponctuellement un véhicule que la possession d'une voiture particulière.

L'autopartage est donc **une solution adaptée pour des usages occasionnels, en complémentarité avec l'offre de transports existante.**

Graphique 31 : Fréquence d'utilisation d'une voiture d'autopartage

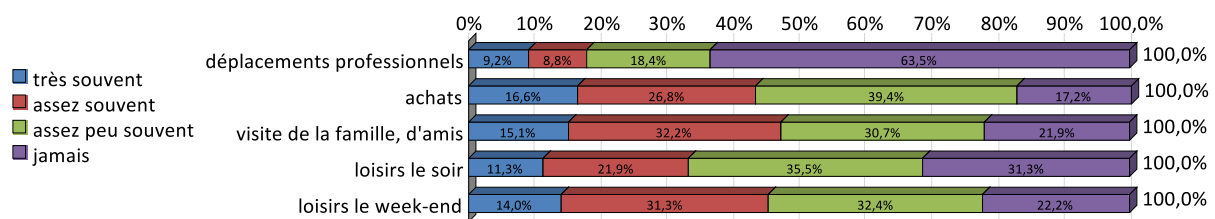


Quels sont ces usages occasionnels, et comment sont-ils influencés par les caractéristiques des répondants ainsi que par le contexte territorial ?

5.2. DES USAGES VARIABLES SELON L'ÂGE ET LE CONTEXTE URBAIN

Les motifs d'usage pour lesquels les répondants recourent le plus fréquemment à l'autopartage sont les visites à de la famille et des amis, ainsi que les loisirs le week-end.

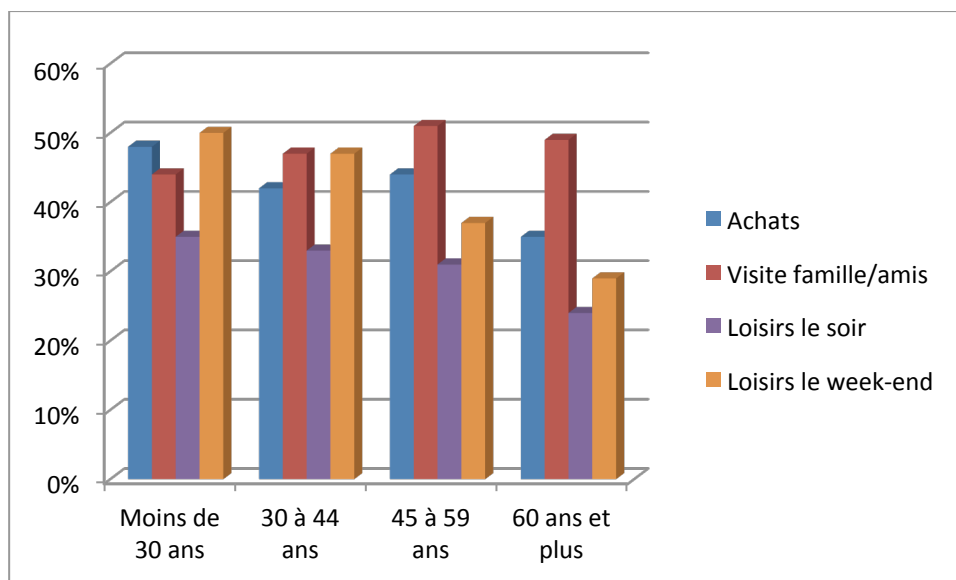
Graphique 32 : Fréquence d'utilisation de l'autopartage selon le motif d'usage⁵



Des variations sont cependant observables selon l'âge des répondants. 47,5 % des moins de 30 ans disent y recourir très ou assez souvent pour faire des achats. Pour les plus de 45 ans, les visites constituent le motif d'usage principal : 50,7 % des 45-59 ans utilisent très ou assez souvent l'autopartage dans ce but.

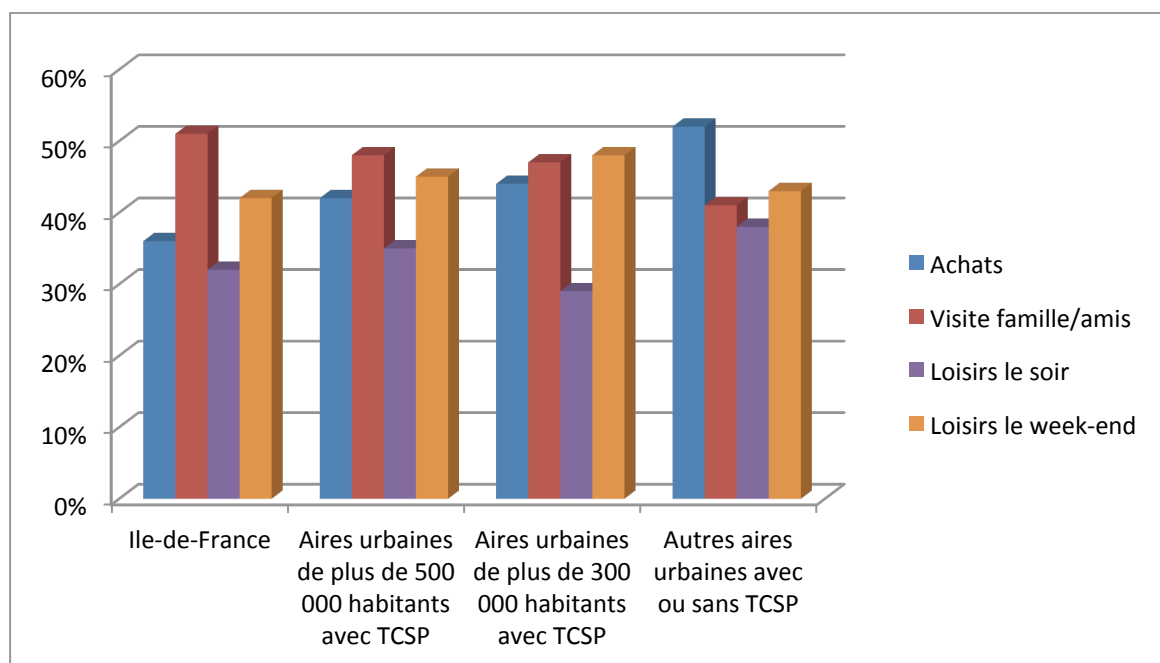
⁵ Les déplacements domicile-travail n'ont pas été intégrés au questionnaire car l'autopartage n'est pas pensé par les opérateurs pour être utilisé lors de ces déplacements, ni utilisé par les abonnés à cette fin car il ne serait alors pas rentable par rapport à la voiture particulière.

Graphique 33 : Part des répondants utilisant très ou assez souvent l'autopartage pour un motif d'usage, selon l'âge



Les motifs d'usage varient aussi également selon le type d'aire urbaine considéré.

Graphique 34 : Part des répondants utilisant très ou assez souvent l'autopartage pour un motif d'usage, selon le type d'aire urbaine



Plus l'aire urbaine est réduite, plus l'autopartage est fréquemment utilisé pour faire des achats. Dans les aires urbaines de grande taille, l'offre commerciale de proximité est plus développée, ce qui

permet de réaliser une plus large part de ses achats sans recourir aux modes motorisés. Dans les aires urbaines de taille réduite, il est plus souvent nécessaire de se rendre dans des zones commerciales situées en périphérie.

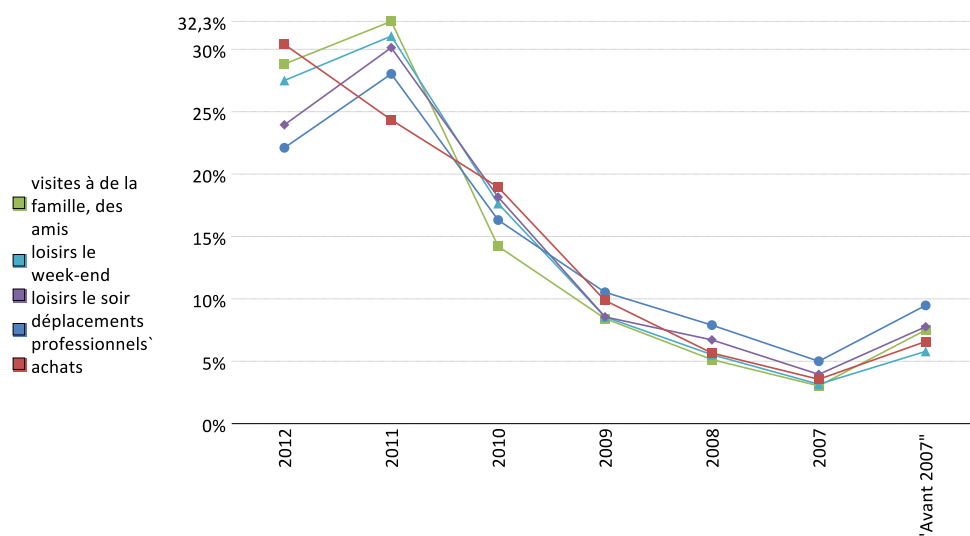
Plus l'aire urbaine est peuplée, plus l'autopartage est utilisé pour rendre visite à des amis. Il peut en effet constituer un moyen efficace afin d'effectuer des déplacements entre le centre et la périphérie, dans un contexte où la population est dispersée et les usagers moins motorisés.

Les loisirs le week-end sont surtout un motif d'usages fréquents pour les grandes aires urbaines, hors Ile-de-France. En effet, les franciliens partent plus loin que le reste de la population le week-end et utilisent donc de préférence l'avion ou le train. Les habitants des aires urbaines réduites bénéficient quant à eux d'une proximité avec la nature sur leur lieu de résidence qui réduit leur besoin de mobilité le week-end. L'autopartage constitue donc plutôt un moyen adapté aux loisirs le week-end pour les usagers habitant dans les grandes aires urbaines de Province.

5.3. UNE DIVERSIFICATION PROGRESSIVE DES USAGES

Plus la date d'abonnement d'un répondant est ancienne et plus il utilise l'autopartage pour des motifs de déplacements variés. Cette tendance révèle un effet d'apprentissage lié à l'utilisation du service : les usagers s'abonnent pour un ou des motifs d'usage précis mais ils diversifient leurs pratiques au cours du temps. Cette tendance paraît découplée de la fréquence d'usage : les usagers les plus anciens ne sont pas forcément ceux qui utilisent l'autopartage le plus souvent. **Ce n'est donc pas parce que les répondants utilisent plus l'autopartage qu'ils l'utilisent de manière plus diversifiée, mais bien parce qu'ils apprennent progressivement à l'intégrer à leur « cocktail transports ».**

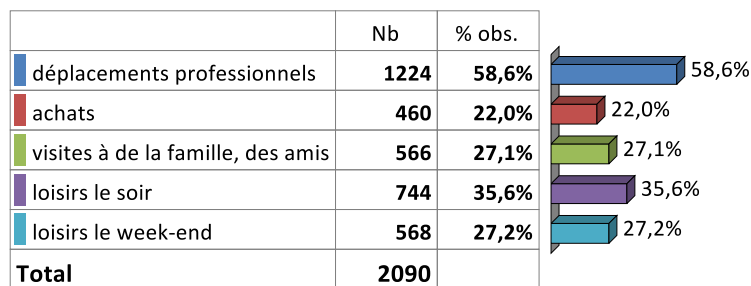
Graphique 35 : Part des répondants n'utilisant jamais l'autopartage pour les différents motifs d'usage, selon l'ancienneté de l'abonnement



5.4. LES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS : UN MARCHÉ À CONQUÉRIR

Sur l'échantillon total, la part des répondants utilisant partiellement ou exclusivement l'autopartage pour leurs déplacements professionnels n'est que de 15 %. 59 % des répondants n'utilisent jamais l'autopartage pour des déplacements professionnels. La proportion d'autopartageurs ne recourant jamais à l'un des autres motifs d'usage varie entre 22 et 35 %. Cet écart suggère qu'il existe un fort potentiel de développement des déplacements professionnels.

Graphique 36 : Part des usagers n'utilisant jamais l'autopartage pour...



De manière générale, l'utilisation de l'autopartage par les particuliers est concentrée sur les soirs et les week-ends. Aussi, le développement d'un public de professionnels permettrait d'accroître l'intensité d'usage du parc existant en journée et de développer les flottes de véhicules en maintenant une rentabilité constante.

L'autopartage est un mode adapté pour des urbains résidant dans les villes-centres. Il est utilisé de manière ponctuelle, en complémentarité avec l'offre de transport existante. Comment son utilisation s'articule-t-elle avec celle des autres modes ? Le passage à l'autopartage engendre-t-il des reports vers les autres modes alternatifs à la voiture particulière ? Quels sont le mode échéant les modes favorisés, et dans quelles configurations les reports modaux sont-ils maximaux ?

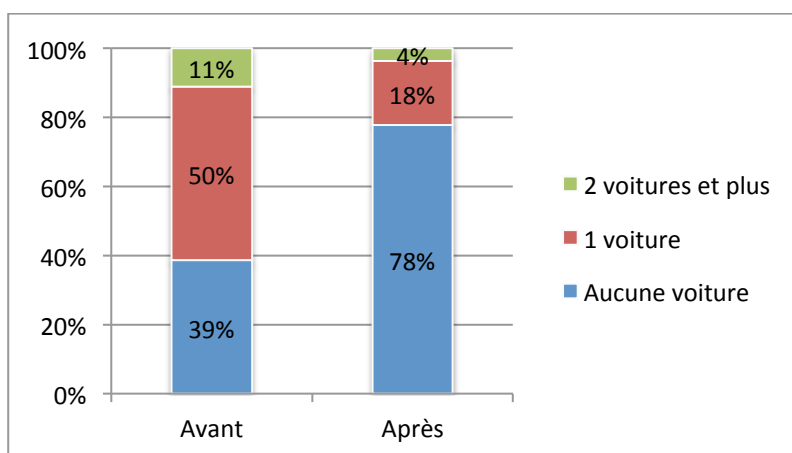
6. LES REPORTS MODAUX INDUITS PAR L'AUTOPARTAGE

6.1. UNE BAISSÉ DE LA MOTORISATION AU PROFIT DES AUTRES MODES

Une voiture particulière moins possédée

L'autopartage permet de réduire les taux de motorisation des ménages adhérents. **Avant d'être abonnés, environ un tiers ne possédait pas de voiture alors qu'ils sont trois quarts à ne pas posséder de voiture après adhésion.** Cette baisse est également valable pour les ménages possédant une voiture mais aussi deux voitures et plus.

Graphique 37 : Nombre de voitures possédées par le ménage avant et après l'adhésion à un service d'autopartage



Au total, les répondants possèdent 896 véhicules de moins après le passage à l'autopartage⁶. En supposant qu'une voiture d'autopartage est utilisée par 20 personnes⁷, les répondants se partagent

⁶ Ne disposant pas du nombre exact de voitures possédées par les ménages déclarant « deux voitures ou plus », nous avons comptabilisé deux voitures pour chacun d'entre eux (de ce fait, notre estimation est probablement sous-évaluée). Le calcul réalisé est le suivant :

- Avant le passage à l'autopartage, 967 ménages possédaient une voiture et 213 ménages possédaient deux voitures : $967 + 213 \times 2 = 1393$.

- Après le passage à l'autopartage, 355 ménages possèdent une voiture et 71 ménages possèdent deux voitures : $355 + 71 \times 2 = 497$.

- La diminution du nombre de voitures particulières s'élève donc à $1393 - 497 = 896$.

96 voitures d'autopartage. Ces 96 véhicules d'autopartage compensent pour leur usagers l'abandon de 897 voitures particulières : **une voiture louée en autopartage remplace donc 9 voitures particulières et permet d'économiser 8 places de stationnement**. Ce ratio est plus élevé que dans les études parues jusqu'à présent, qui estimaient qu'une voiture d'autopartage remplace entre 3,5 et 8 voitures particulières.

95 % des ménages non-motorisés avant d'adhérer à l'autopartage sont restés non-motorisés. L'achat d'un véhicule pour 4 % d'entre eux (soit seulement 35 répondants) s'explique surtout par un changement de mode de vie lié à un déménagement. La baisse de la motorisation est très importante puisque 76 % des ménages qui possédaient une voiture n'en possèdent plus et 25 % des ménages qui possédaient 2 voitures ou plus ne sont plus motorisés après leur adhésion à l'autopartage.

Tableau 7 : Evolution de la motorisation des ménages avant/après l'adhésion à un service d'autopartage

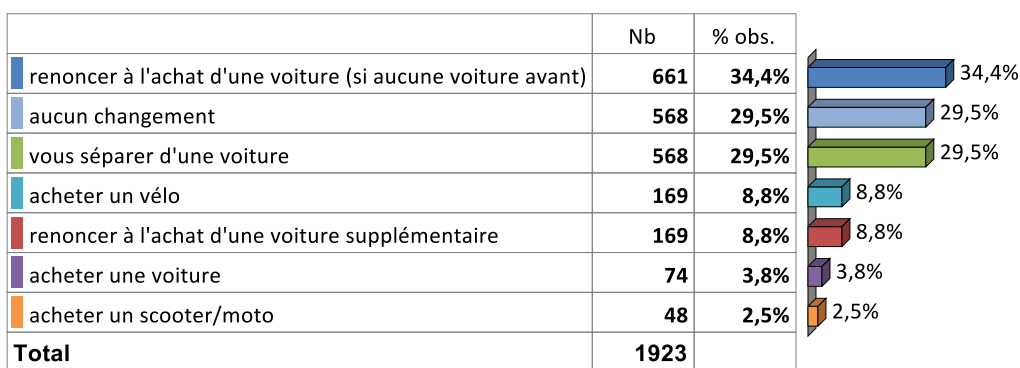
		APRES			
		aucune VP	1 VP	2VP ou plus	Total
AVANT	Motorisation				
	aucune VP	96%	4%	0%	100%
	1 VP	76%	24%	0%	100%
	2 VP ou plus	25%	44%	31%	100%
	Total	78%	18%	4%	100%

« VP » : voiture particulière.

De plus, une large part des répondants déclare que l'autopartage lui a permis de renoncer à l'achat d'une première voiture (34,4 % des répondants) ou d'une voiture supplémentaire (8,8 %).

⁷ Cette hypothèse est une estimation basse correspondant au ratio constaté pour le réseau France Autopartage, qui compte 650 voitures pour 14000 abonnés.

Graphique 38 : « L'abonnement à l'autopartage vous a-t-il amené à : » (plusieurs réponses possibles)



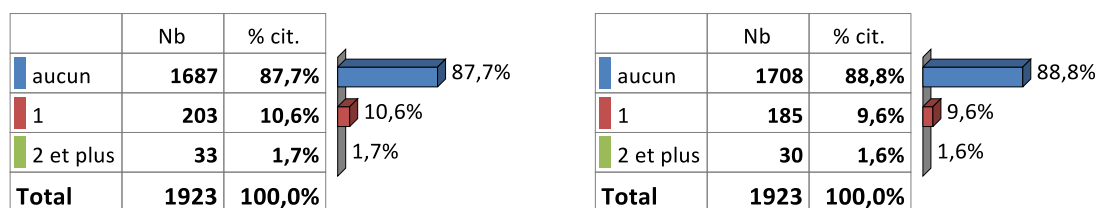
La colonne « Nb » indique le nombre de citations de la réponse.

La colonne « %obs » indique le pourcentage des répondants ayant cité la réponse.

La ligne « Total » indique le nombre de répondants à la question.

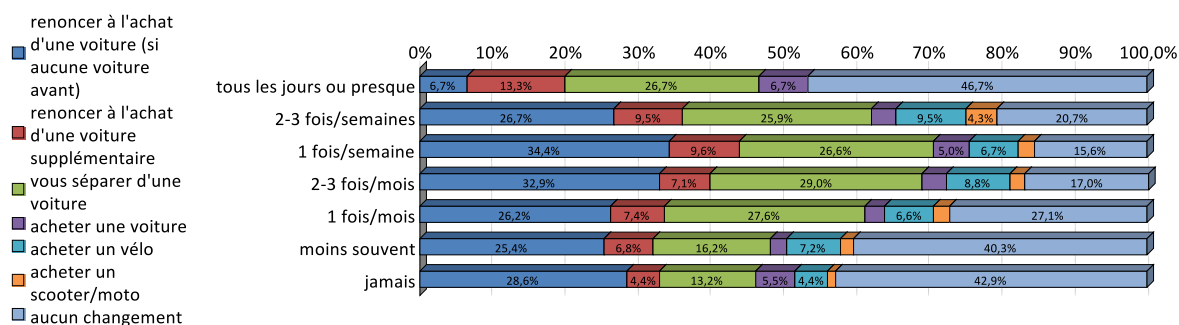
Par ailleurs, renoncer à la voiture particulière ne conduit pas les répondants à posséder plus de deux-roues motorisés. Leur nombre a même légèrement diminué avec le recours à l'autopartage.

Graphique 39 : Nombre de deux-roues motorisés possédés par le ménage avant (à gauche) et après (à droite) l'adhésion à un service d'autopartage



L'achat de deux-roues motorisés concerne surtout les abonnés qui utilisent fréquemment l'autopartage. En revanche, les ménages manifestent une propension égale à acheter des vélos, indépendamment de la fréquence à laquelle ils utilisent l'autopartage ou de leur taux de motorisation.

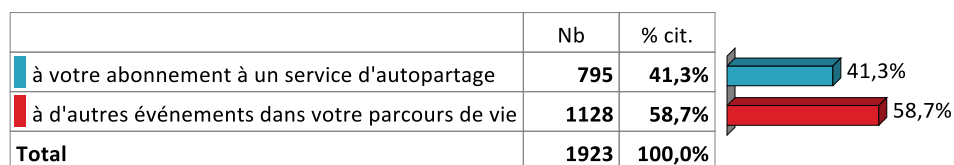
Graphique 40 : Evolution des moyens de transport possédés en fonction de la fréquence d’usage de l’autopartage



L'autopartage, une occasion de changer ses habitudes en se séparant de la voiture particulière

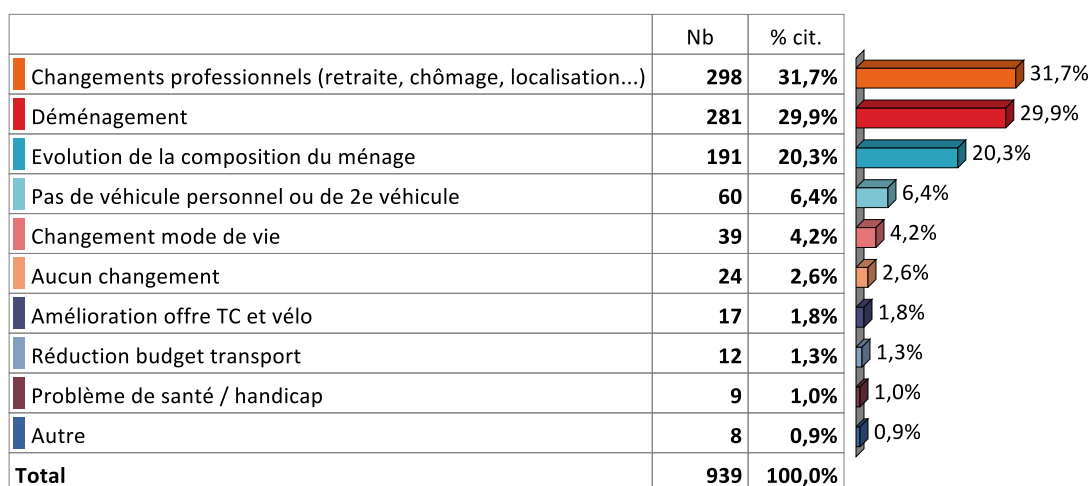
Plus de 40 % des autopartageurs considèrent que leurs changements d’habitudes de déplacement sont principalement dus à leur adhésion à un service d’autopartage. 60 % considèrent que ces changements s’expliquent par d’autres évènements du parcours de vie.

Graphique 41 : « Diriez-vous que vos changements d’habitude en matière de moyens de transport sont principalement dus : »



Les évènements principaux sont un changement professionnel (départ à la retraite, changement d’emploi, chômage, premier emploi...), un déménagement ou une évolution de la composition du ménage (naissance d’un enfant, séparation, divorce...).

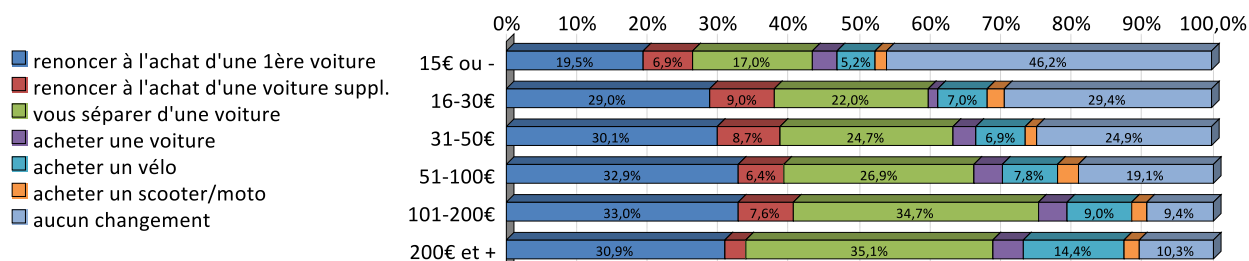
Graphique 42 : « Si dus à d’autres évènements, lesquels ? » (plusieurs réponses possibles)



Pour les abonnés qui estiment que l'abonnement à l'autopartage est le principal vecteur de leurs changements de comportements, la nécessité de remplacer sa voiture est un évènement plus fréquent que pour le reste des répondants (respectivement 46,7 % et 29,2 % des réponses), et l'adoption de l'autopartage les conduit plus souvent à se séparer d'une voiture que le reste des répondants (respectivement 35,1 % et 29,5 %). Ils sont au final plus nombreux à n'être pas ou plus motorisés après l'adhésion à un service d'autopartage que le reste des répondants (respectivement 84,3 % et 77,8 % des réponses).

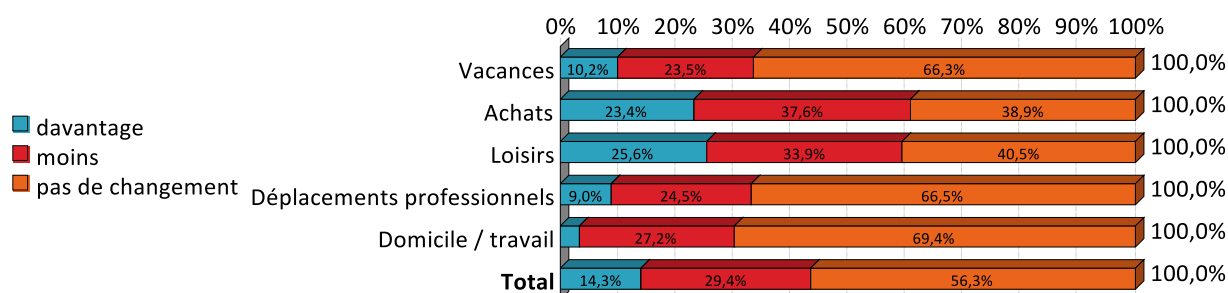
Or, les reports modaux constatés pour ces mêmes abonnés sont également plus élevés que ceux du reste des répondants (cf. infra). **L'autopartage joue donc pleinement son rôle de déclencheur de mobilités alternatives quand il permet de s'affranchir de la voiture particulière.** On trouve d'ailleurs parmi les abonnés qui dépensent le plus pour l'autopartage une large part de personnes pour qui l'abonnement a permis de se séparer d'une voiture.

Graphique 43 : Evolution des moyens de transport possédés



Les ménages qui renoncent à la voiture particulière doivent trouver des solutions alternatives, pour l'ensemble des trajets effectués jusqu'alors avec celle-ci. Dans l'ensemble, les usages de la voiture (personnelle, louée et autopartagée) diminuent pour les déplacements de loisirs et d'achats (liés à la mobilité quotidienne), mais aussi pour les déplacements professionnels, domicile-travail et liés aux vacances.

Graphique 44 : Evolution de l'utilisation de la voiture (particulière, autopartagée et location traditionnelle) selon les motifs d'usage



Les résultats de l'enquête montrent une baisse de la motorisation des ménages abonnés. Ils révèlent également que la voiture n'est pas seulement moins possédée, mais aussi moins utilisée. L'enjeu est

maintenant de prendre la mesure de ce nouveau rapport à l'automobile et des reports modaux qu'il engendre.

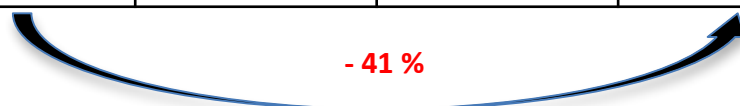
6.2. UNE BAISSÉ DES USAGES DE LA VOITURE PARTICULIÈRE AU PROFIT DES AUTRES MODES

Une diminution des kilomètres parcourus en voiture

Après l'adhésion à un service d'autopartage, le nombre de kilomètres parcourus au global en voiture (particulière ET louée en autopartage) diminue de 178 kilomètres par mois pour l'ensemble des répondants, soit une baisse de 41 %.

Tableau 8 : Evolution moyenne du nombre de kilomètres parcourus en automobile, par mois

<i>Km parcourus en VP avant l'autopartage</i>	<i>Km parcourus en VP après l'autopartage</i>	<i>Km parcourus en autopartage</i>	<i>Km parcourus au global après l'adhésion à l'autopartage</i>	<i>Evolution des kilomètres parcourus</i>
437	136	123	260	-178



« VP » : voiture particulière.

Cette diminution est de l'ordre de celles constatées par la littérature existante (de 27 à 50 %). Le croisement du kilométrage avec l'évolution de la motorisation des ménages révèle par ailleurs des configurations dans lesquelles le nombre de kilomètres parcourus diminue de façon spectaculaire.

Tableau 9 : Evolution du nombre de kilomètres parcourus par mois en automobile selon la motorisation

		APRES								
		Aucune VP			1 VP			2 VP ou plus		
		Moyenne km VP avant	Moyenne km AP	Moyenne km VP après	Moyenne km VP avant	Moyenne km AP	Moyenne km VP après	Moyenne km VP avant	Moyenne km AP	Moyenne km VP après
		AVANT	Aucune VP	0	89	0	0	53	318	0
1 VP	646		148	0	796	154	630	183	88	483
2 VP ou plus	816		172	0	723	112	404	1 261	154	1 070

« AP » : autopartage. Les chiffres en gris signalent de très faibles effectifs (moins de 5 répondants).

Le nombre de kilomètres parcourus au global diminue le plus fortement pour les ménages ayant abandonné leur unique voiture : moins 498 kilomètres en moyenne, soit **une diminution de 77 % concernant 38 % des répondants**. Il diminue aussi pour les ménages ayant renoncé à leur 2^{ème} voiture : moins 207 kilomètres en moyenne, soit une diminution de 27 % concernant 5% des répondants. **La baisse de la motorisation se traduit donc systématiquement par une diminution du nombre de kilomètres parcourus en voiture.**

Tableau 10 : Evolution du nombre de kilomètres parcourus par mois en automobile selon la motorisation

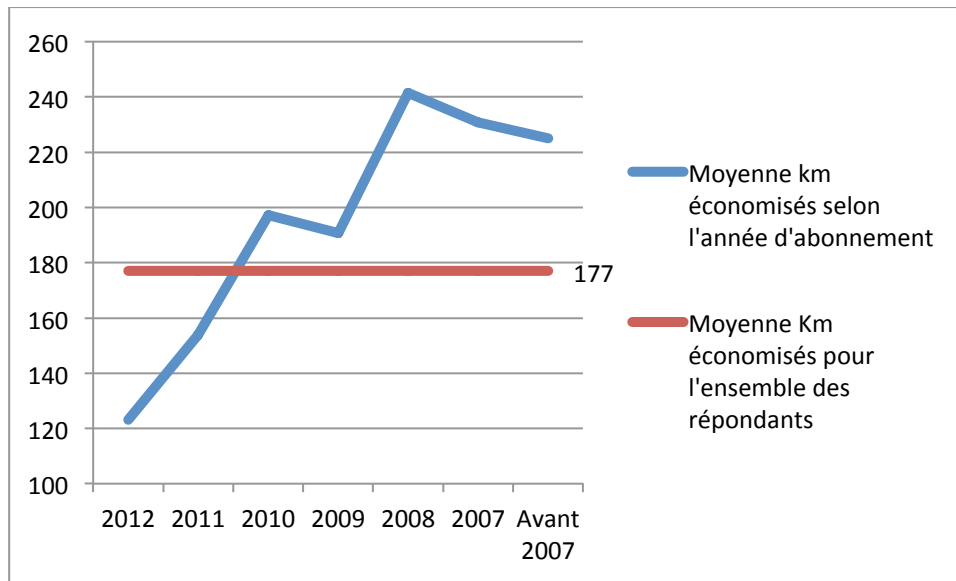
Motorisation avant l'autopartage	Km VP avant l'autopartage	Motorisation après l'autopartage	Km autopartage	Km VP après autopartage	Total Km parcourus en voiture
Aucune voiture	0	Aucune voiture	89	0	89
1 VP	646	Aucune voiture	148	0	148 (-77%)
2 VP ou plus	723	1 VP	112	404	516 (-27%)

Pour les ménages n'ayant pas changé leur niveau de motorisation, le nombre de kilomètres parcourus au global évolue selon des tendances divergentes. Les ménages qui ont toujours deux voitures ou plus après l'adhésion à un service d'autopartage parcourent en moyenne 37 kilomètres de moins par mois (diminution de 3 %). Les ménages qui ont conservé leur unique voiture parcourent en moyenne 12 kilomètres de moins par mois (diminution de 2 %). Quant aux ménages qui restent non motorisés, l'autopartage leur permet de parcourir 94 kilomètres par mois. Après l'adhésion à l'autopartage, le nombre de kilomètres parcourus en voiture au global augmente pour les ménages non motorisés et il diminue légèrement pour les ménages qui maintiennent leur niveau de motorisation constant, à une voiture ou plus.

Il est de plus à noter que l'autopartage a permis à un grand nombre de ménages d'éviter l'achat d'un premier véhicule (661 réponses soit 29 % des réponses relatives à l'évolution de la possession de moyens de transport – cf. graphique 38, p. 44) ou d'un véhicule supplémentaire (169 réponses soit 7,5 % des réponses relatives à l'évolution de la possession de moyens de transport – cf. graphique 38, p. 44). Il est probable que ces ménages, s'ils avaient acheté un véhicule personnel, parcourraient plus de kilomètres qu'ils ne le font à l'heure actuelle.

Enfin, le nombre de kilomètres économisés tend à augmenter avec l'ancienneté de l'abonnement. Il existe donc un effet d'apprentissage lié à l'autopartage, qui permet de se libérer progressivement de l'usage réflexe de la voiture, au profit d'autres modes de transport.

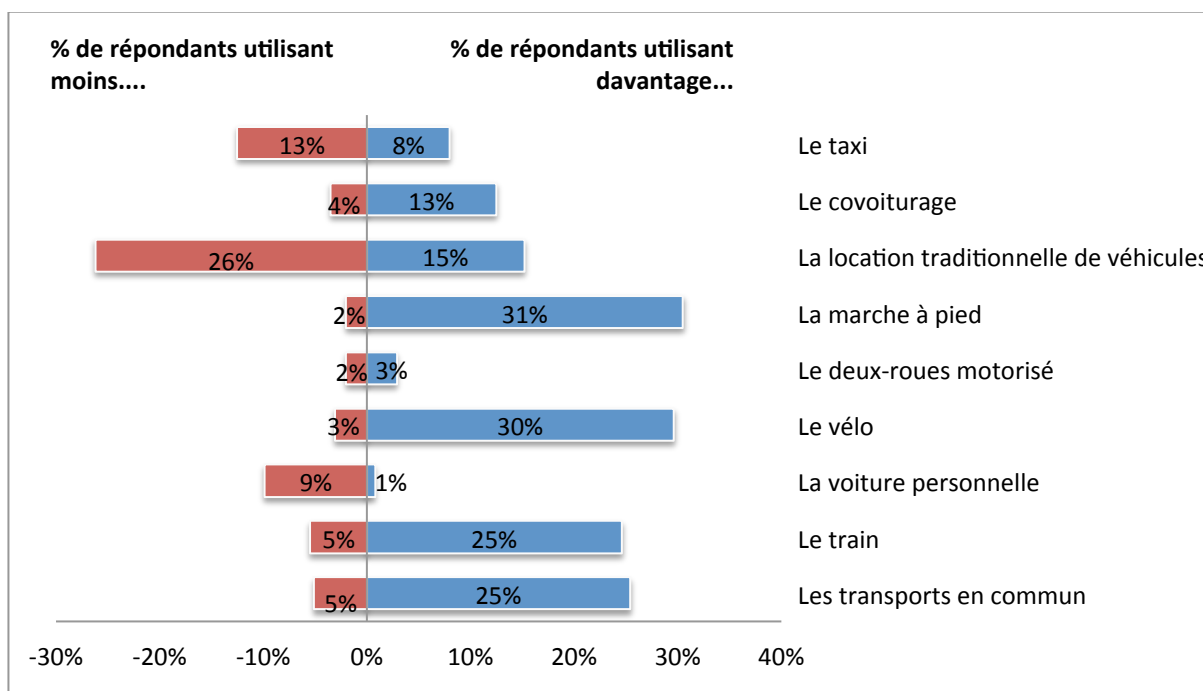
Graphique 45 : Diminution moyenne du nombre de kilomètres parcourus par mois en voiture personnelle et autopartagée, selon la date d'abonnement au service d'autopartage



Des reports modaux vers l'ensemble des modes alternatifs

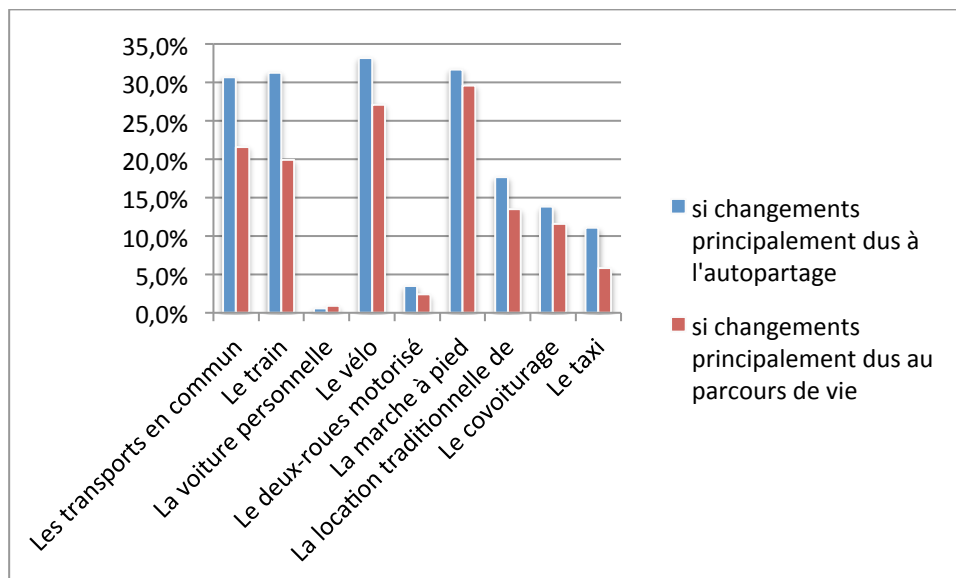
Les modes profitant le plus d'une adhésion à l'autopartage sont la marche à pied (31 % des répondants utilisent davantage ce mode), le vélo (30 %), les transports collectifs (25 %) et le train (25 %). L'utilisation de l'autopartage entraîne également des changements dans l'usage des autres modes utilisant la voiture (location traditionnelle, covoiturage, taxi), à la baisse mais aussi à la hausse. Une partie des répondants est en effet amenée à davantage louer des voitures (15 %), utiliser le taxi (8 %) et le covoiturage (13%). Le report modal ne s'effectue donc pas exclusivement vers les transports en commun urbains. A la différence d'autres politiques ou actions favorables à la diminution du trafic automobile, l'autopartage s'accompagne d'un report modal limitant la saturation du réseau TC en incitant la « découverte » et l'usage d'autres modes alternatifs.

Graphique 46 : évolution de l'utilisation des modes de transport



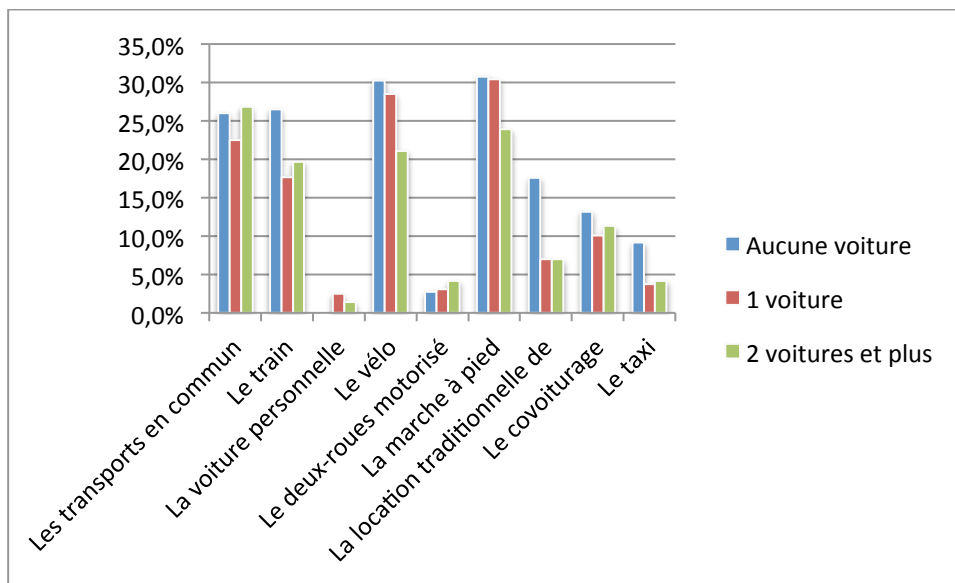
Les abonnés qui estiment que l'autopartage est le principal facteur d'évolution de leurs habitudes de déplacements présentent des changements de comportements plus poussés que le reste des répondants. Ils sont, en proportion, plus nombreux à utiliser davantage les transports collectifs, le train et les modes actifs (marche et vélo). Ils sont également plus nombreux à avoir changé leurs pratiques en matière de covoiturage, de taxi et de location traditionnelle. Ces résultats indiquent que **l'autopartage joue un rôle particulièrement puissant en tant que déclencheur de mobilités alternatives.**

Graphique 47 : Part des répondants utilisant davantage les différents modes, en fonction du vecteur de changement d'habitudes identifié



La dynamique de reports modaux est la plus forte pour les ménages motorisés (dont la population recouvre largement celle des abonnés qui considèrent l'autopartage comme le principal facteur de leurs changements d'habitudes). Toutefois, cette dynamique se vérifie aussi pour les ménages très motorisés (équipés de deux voitures ou plus). Ils sont, en proportion, légèrement plus nombreux que le reste de la population à utiliser davantage les transports en commun (26,8% contre 25,9%), mais nettement moins nombreux à utiliser davantage la marche (21,1% contre 29,6%) et le vélo (23,9% contre 21,1%).

Graphique 48 : évolution de l'utilisation des modes de transport selon le taux de motorisation après l'adhésion à l'autopartage



Une pratique intensive de la multimodalité

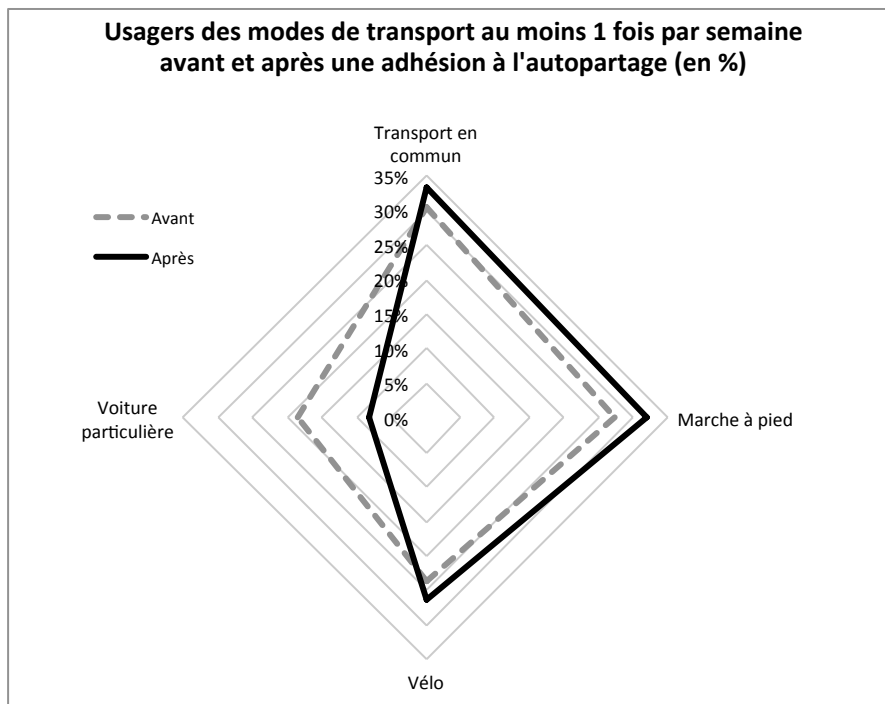
Après l'adhésion à un service d'autopartage, le nombre d'utilisateurs utilisant la voiture particulière quotidiennement en tant que conducteur diminue fortement (de 76 %). Au contraire, **l'usage quotidien des transports en commun, du vélo et de la marche à pied est en hausse**. Comme pour la voiture en tant que conducteur, l'usage quotidien du deux-roues motorisé est en baisse, mais le nombre d'utilisateurs est faible (moins de 100 usagers par jour).

Tableau 11 : Evolution des fréquences d'usage quotidien des modes de transport (« tous les jours ou presque »)

	AVANT		APRES		EVOLUTION
	Nombre d'utilisateurs	Part des utilisateurs	Nombre d'utilisateurs	Part des utilisateurs	
Conducteur de voiture	293	15%	69	4%	-76%
Transport en commun	768	40%	864	45%	+13%
Vélo	547	28%	661	34%	+21%
Marche à pied	681	35%	719	37%	+6%
Deux-roues motorisé	87	5%	77	4%	-11%

L'adhésion à l'autopartage se traduit donc par une baisse des usages quotidiens de la voiture en tant que conducteur, au profit des modes de transports alternatifs à la voiture particulière (transports en commun, vélo, marche à pied). De plus, les utilisations plus occasionnelles des différents modes sont fréquentes. En effet, au cours d'une semaine, les répondants utilisent davantage la marche à pied (hausse de 13 %), le vélo (hausse de 8 %) et les transports collectifs (hausse de 6 %), alors que leur utilisation de la voiture diminue fortement (baisse de 57 %).

Graphique 49 : Evolution du nombre d'utilisateurs hebdomadaires des modes de transport avant et après l'adhésion à l'autopartage



Les abonnés ayant un usage fréquent (au moins une fois par semaine) de l'autopartage sont aussi ceux qui ont le plus évolué vers un usage plus fréquent (au moins une fois par semaine) des modes alternatifs et vers un usage plus occasionnel de la voiture particulière.

Tableau 12 : Evolution du nombre d’usagers hebdomadaires de modes de transport, en fonction de la fréquence d’utilisation de l’autopartage

	EVOLUTION				
	Conducteur de voiture	Transports en commun	Vélo	Marche à pied	Deux-roues motorisé
<i>AP au moins une fois/semaine</i>	-78%	6%	11%	9%	4%
<i>AP 1 à 3 fois/mois</i>	-76%	7%	9%	2%	-5%
<i>AP moins d’une fois/mois</i>	-41%	3%	4%	3%	-17%

Enfin, les répondants qui disposent d’un abonnement combiné transports en commun/autopartage sur un même support sont ceux pour lesquels on constate la plus forte évolution vers un usage régulier (hebdomadaire) des transports en commun et des modes actifs (marche et vélo). Ce type de dispositif semble donc à même d’encourager une pratique plus intensive de la multimodalité.

Tableau 13 : Evolution du nombre d’usagers hebdomadaires de modes de transport, en fonction de l’abonnement aux transports en commun

	EVOLUTION		
	Transports en commun	Vélo	Marche à pied
<i>Pas d’abonnement</i>	5%	9%	2%
<i>Abonnement TC seul</i>	6%	8%	5%
<i>Abonnement combiné TC/AP</i>	8%	13%	7%

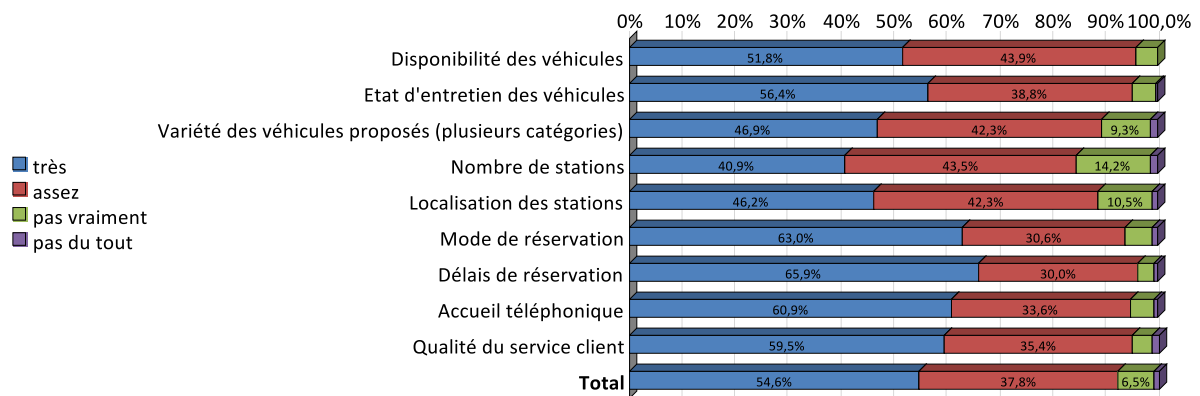
L’autopartage s’avère être un puissant déclencheur de mobilités alternatives. Sa diffusion constitue donc un enjeu important. Comment améliorer l’offre de service, de manière à le rendre plus attractif et à l’adapter au profil de ses utilisateurs potentiel ?

7. LES ASPIRATIONS RELATIVES A L'AUTOPARTAGE

7.1. UNE SATISFACTION GÉNÉRALE ÉLEVÉE

La satisfaction des répondants par rapport à leur service d'autopartage est élevée : sur l'ensemble des critères, plus de 80% d'entre eux se déclarent très ou assez satisfaits. Les caractéristiques du système remportant le plus de satisfaction sont les délais de réservation et les modes de réservation. Les éléments les moins satisfaisants pour les répondants sont le coût du service, le nombre de stations et leur localisation, ainsi que la variété des véhicules proposés.

Graphique 50 : satisfaction des répondants relative à leur service d'autopartage



Les répondants habitant dans des aires urbaines de plus de 300 000 habitants avec TCSP sont ceux qui affichent le plus haut niveau de satisfaction générale. En Ile-de-France et dans les aires urbaines de taille réduite (moins de 300 000 habitants, avec ou sans TCSP), les abonnés sont les moins satisfaits par leur service d'autopartage.

Tableau 14 : Taux de satisfaction des répondants tous critères confondus, selon le type d'aire urbaine

	SATISFAITS	NON SATISFAITS
<i>Ensemble</i>	92%	8%
<i>Ile-de-France</i>	87%	13%
<i>> 500K hab. avec TCSP</i>	93%	7%
<i>> 300K hab. avec TCSP</i>	96%	4%
<i>Autres aires urbaines avec/sans TCSP</i>	88%	12%

En Ile-de-France, le nombre de stations, leur localisation et surtout la variété des véhicules proposés grèvent le niveau de satisfaction générale. L'offre n'est pas à la hauteur des attentes : elle reste peu développée au regard du nombre d'usagers potentiels. Pour les abonnés à Autolib' Paris, l'impossibilité d'utiliser des véhicules différents s'avère très problématique (72,4 % d'abonnés pas vraiment ou pas du tout satisfaits, contre 10,9 % de l'ensemble des répondants). Autolib' Paris est un service en « trace directe » ou « one way », qui permet aux usagers de rendre leur véhicule dans une autre station que celle de départ. La régulation d'un système en trace direct (déplacer les véhicules si nécessaire pour assurer leur disponibilité dans l'ensemble des stations) se verrait cependant fortement complexifiée par la présence de véhicules de types différents.

Pour les abonnés à Mobizen, autre service francilien qui propose quant à lui des véhicules variés, le critère le moins satisfaisant est la localisation des stations (22 % d'abonnés pas vraiment ou pas du tout satisfaits, contre 11,6 % de l'ensemble des répondants). La quasi-totalité des stations Mobizen, étant située à Paris intra-muros, il est probable que les abonnés souhaitent bénéficier de plus de stations en périphérie.

Dans les aires urbaines de taille réduite, c'est le nombre de stations qui s'avère le plus problématique pour les répondants. Le contexte ne permet pas de proposer la même densité d'offre que dans les grandes agglomérations. Cela pose notamment problème pour le service en trace directe Yélobile, dont l'efficacité en partie conditionnée par le nombre de stations disponibles (40,7 % d'abonnés pas vraiment ou pas du tout satisfaits, contre 15,7 % de l'ensemble des répondants).

Tableau 15 : part des répondants non satisfaits par critère, selon le type d'aire urbaine

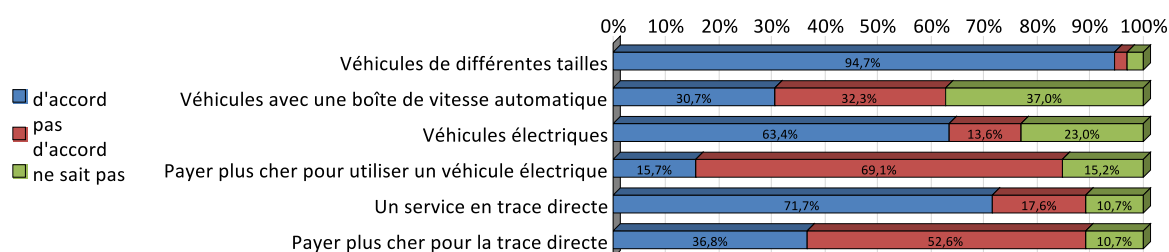
	Variété des véhicules proposés	Nombre de stations	Localisation des stations
<i>Ensemble</i>	11%	16%	12%
<i>Ile-de-France</i>	32%	22%	19%
<i>Autres aires urbaines avec/sans TCSP</i>	15%	31%	21%

7.2. LA DEMANDE D'UNE OFFRE PLUS DIVERSIFIÉE ET FLEXIBLE

Une forte attente pour des véhicules diversifiés et des services en trace directe

Les attentes les plus fortes des répondants sont une plus grande variété des véhicules disponibles (94,7 % de réponses positives), l'offre de trace directe (71,7 %) et la possibilité d'emprunter un véhicule électrique (63,4 %). Les attentes des abonnés qui utilisent exclusivement l'autopartage pour des déplacements professionnels sont similaires à celles des autres répondants.

Graphique 51 : Aspirations des répondants

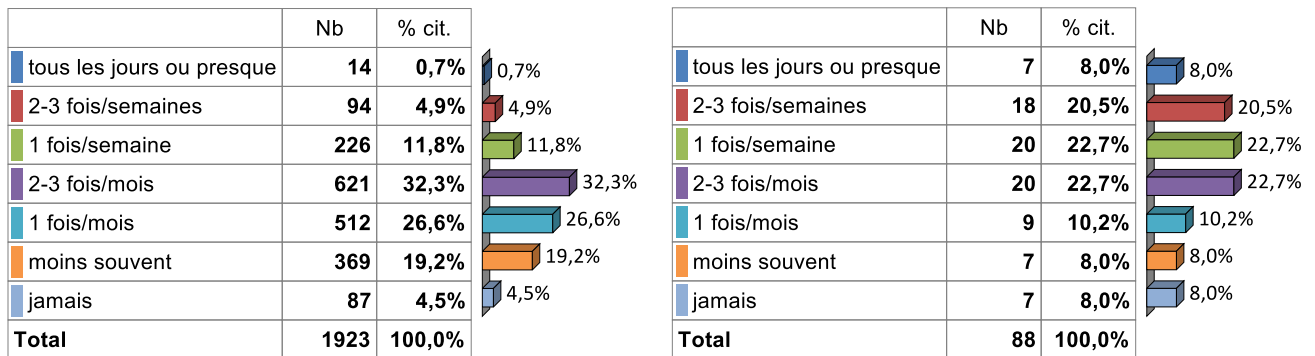


Il existe un consentement relativement élevé à payer plus pour la trace directe : 46 % des répondants qui se disent intéressés par la trace directe sont prêts à payer plus pour en bénéficier. En revanche, seuls 24 % des usagers intéressés par l'utilisation d'un véhicule électrique sont prêts à dépenser plus pour cela.

La demande de véhicules de différentes tailles et de déplacements en trace directe révèle une attente de flexibilité pour répondre à des besoins ponctuels variés. D'une part, les répondants souhaitent pouvoir louer des véhicules différents selon qu'ils se déplacent seuls ou en famille, qu'ils transportent des personnes ou des objets encombrants.

La trace directe renforce quant à elle la complémentarité avec les autres modes de transports. Dans une chaîne de déplacements successifs, elle permet d'utiliser l'autopartage pour un trajet sans se soucier de stationner le véhicule à son point de départ. La possibilité d'utiliser l'autopartage pour des allers simples explique certainement le fait que **les abonnés à un service d'autopartage en trace directe l'utilisent plus fréquemment que le reste des répondants**, ne serait-ce que parce qu'un aller-retour suppose souvent deux locations.

Graphique 52 : Fréquences d’usage comparées pour l’ensemble des répondants (à gauche) et les utilisateurs d’un service en trace directe (à droite)



Cependant, la trace directe permet aussi de combiner transports en commun et autopartage sur des trajets aller-retour (par exemple l’aller en début de soirée avec les transports en commun et le retour en autopartage en fin de soirée, quand le service de transports en commun est terminé). La connexion des stations d’autopartage aux transports en commun est donc un enjeu important pour les usagers en trace directe.

Adapter l’offre à certains types d’utilisateurs

Le croisement de la satisfaction des répondants avec la typologie des logiques de choix modal donne des indications sur la manière dont il serait possible d’adapter l’offre d’autopartage, afin de susciter une plus large adhésion de certains types d’usagers.

Tableau 16 : Part des répondants très ou assez satisfaits, selon le critère de satisfaction et le type d'utilisateur

	SATISFACTION									
	Disponibilité des véhicules	Etat d'entretien des véhicules	Variété des véhicules proposés	Nombre de stations	Localisation des stations	Mode de réservation	Délais de réservation	Accueil téléphonique	Qualité du service client	Coût du service
Ensemble	96%	95%	89%	84%	89%	94%	96%	95%	95%	82%
Automobilistes contraints à l'utilisation des TC	97%	96%	93%	90%	93%	96%	97%	95%	96%	86%
Comparateurs de temps	97%	95%	89%	87%	89%	93%	97%	95%	95%	81%
Ancrés dans la proximité	96%	96%	87%	80%	87%	94%	95%	96%	96%	85%
Prédisposés aux modes alternatifs	86%	92%	85%	68%	76%	84%	88%	88%	90%	75%
Ecologistes civiques	96%	99%	82%	72%	82%	94%	99%	92%	93%	71%
Modes alternatifs exclusifs	96%	100%	92%	88%	92%	96%	96%	88%	96%	88%
Automobilistes exclusifs convaincus	92%	85%	69%	81%	73%	92%	92%	88%	88%	62%
Automobilistes exclusifs ouverts	92%	79%	88%	71%	75%	88%	100%	92%	96%	58%

Les « automobilistes contraints à l'utilisation des transports en commun » sont le type d'utilisateur principal de l'autopartage (35,6 % des répondants). Ils affichent, pour la quasi-totalité des critères, une satisfaction plus élevée que le reste des répondants et ne semblent en attente d'aucune évolution notable dans le service proposé. Du fait de leur préférence pour la voiture, leur poids dans la population des autopartageurs et leur satisfaction relative au service, les « automobilistes contraints » apparaissent comme le public « naturel » de l'autopartage : ils y viennent dès lors que les contraintes de stationnement rendent trop complexe l'utilisation de la voiture particulière. **L'autopartage apparaît donc comme un bon complément aux mesures de restriction de la voiture particulière en ville : en y offrant une compensation, il en facilite l'acceptation.**

Contrairement aux « comparateurs de temps » et aux « automobilistes contraints », certains types d'utilisateurs ne constituent pas un public « naturel » pour l'autopartage. Ils présentent une satisfaction différenciée de l'autopartage, ce qui nous renseigne sur d'éventuels leviers d'action pour leur faire adopter ce mode.

Les « automobilistes exclusifs » se montrent critiques face à l'état d'entretien des véhicules loués en autopartage. Habités à utiliser leur propre véhicule, ils souhaitent certainement retrouver l'impression d'être « chez eux » dont ils bénéficient dans leur voiture personnelle. Il serait sans doute

important pour eux que les véhicules loués, en plus d'être propres, puissent être personnalisés le temps du trajet. La possibilité de brancher leur baladeur ou leur téléphone sur l'autoradio leur permettrait par exemple d'écouter leur propre musique durant les trajets.

Les « écologistes civiques » sont eux aussi faiblement satisfaits du service qui leur est proposé (nombre et localisation des stations, coût du service...) et ils sont bien représentés dans les petites aires urbaines : cela confirme la présence d'un effort à l'usage, valorisé par une revendication d'écologie. Ils sont, après les « automobilistes exclusifs », les usagers les moins satisfaits de la variété des véhicules proposés. Proposer des véhicules « propres », mais aussi de tailles différentes peut être un moyen de conviction auprès d'eux : ils aspirent sans doute, par souci d'écologie, à ne pas utiliser de véhicules surdimensionnés par rapport à leurs besoins. Les « écologistes civiques » sont également intéressés par un service en trace directe (79 % contre 71 % des répondants) : en économisant le temps de recherche d'une place de parking, la trace directe permet de réduire l'utilisation de la voiture au temps utile, et donc de moins polluer.

Les « prédisposés aux modes alternatifs » sont les usagers les plus déçus par le service qui leur est proposé, certainement parce qu'ils supportent mieux les inconvénients des transports en commun, et moins bien les inconvénients liés à la voiture (congestion du trafic, difficultés de stationnement) que les autres types d'usagers. Il convient donc de leur proposer des solutions de nature à faciliter leurs déplacements en voiture autopartagée, ainsi que l'intermodalité entre l'autopartage et les transports en commun. En effet, les « prédisposés » sont les plus nombreux à penser que les contraintes liées au fonctionnement du système sont un frein au développement de l'autopartage (19,9 % contre 13,3 % des répondants). Les « prédisposés » sont les usagers qui aspirent le plus fortement à bénéficier d'un service en trace directe (81,4 % contre 71,1 % des répondants). La trace directe résout le problème du stationnement (présence d'une station équipée de places dédiées aux véhicules loués en autopartage) et donc un des inconvénients principaux de la voiture particulière. Elle permet de plus, comme vu précédemment, de panacher l'utilisation de l'autopartage avec celle des transports en commun.

Tableau 17 : Aspirations selon le type d'utilisateur

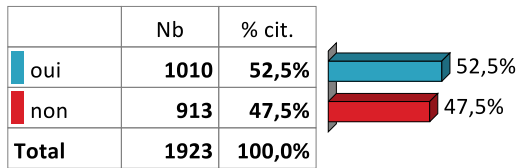
	ASPIRATIONS									
	Véhicules de tailles différentes		Boîte de vitesses automatique		Véhicule électrique		Trace directe		Payer plus cher pour la trace directe	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
<i>Ensemble</i>	94,7%	2,5%	30,7%	32,3%	63,4%	13,6%	71,7%	17,6%	36,8%	52,6%
<i>Automobilistes contraints à l'utilisation des TC</i>	96,5%	2,0%	30,1%	34,6%	62,1%	23,0%	67,8%	21,3%	33,2%	56,7%
<i>Comparateurs de temps</i>	94,7%	2,8%	33,0%	30,5%	67,2%	21,3%	74,8%	16,0%	35,8%	53,7%
<i>Ancrés dans la proximité</i>	94,8%	3,3%	26,4%	34,5%	58,8%	24,8%	71,9%	17,1%	40,5%	48,8%
<i>Prédisposés aux modes alternatifs</i>	95,7%	1,4%	30,7%	27,9%	65,7%	24,3%	81,4%	10,7%	40,7%	52,1%
<i>Ecologistes civiques</i>	90,3%	2,8%	22,2%	37,5%	68,1%	20,8%	79,2%	11,1%	50,0%	37,5%
<i>Automobilistes exclusifs convaincus</i>	96,2%	0,0%	46,2%	11,5%	84,6%	7,7%	61,5%	26,9%	38,5%	57,7%
<i>Automobilistes exclusifs ouverts</i>	95,8%	4,2%	66,7%	16,7%	70,8%	20,8%	75,0%	16,7%	37,5%	58,3%

Combiner l'offre autopartage/transports en commun et développer un réseau national

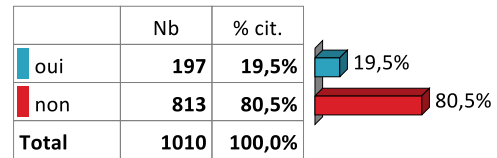
Plus de la moitié des répondants possèdent un abonnement au transport collectif, mais celui-ci est la plupart du temps dissocié de leur abonnement à un service d'autopartage. 197 répondants (19,5 %) déclarent bénéficier d'un abonnement combiné aux transports en commun et à l'autopartage sur un même support. Une part importante des répondants (45,3 %) est intéressée par ce service.

Graphique 53 : Possession et souhait d'un abonnement combiné transports en commun / autopartage

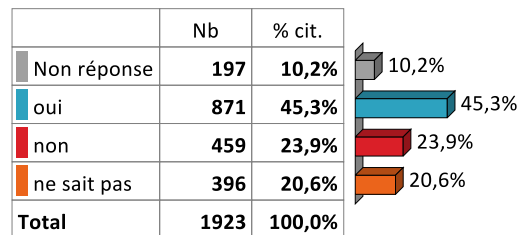
Possédez-vous un abonnement de transport collectif?



Disposez-vous un abonnement commun transport collectif et autopartage sur un même support?



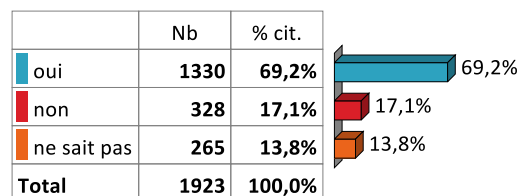
Etes-vous intéressé par un abonnement commun transport collectif et autopartage sur un même support?



Enfin, une très large majorité des répondants souhaite pouvoir utiliser les services d'autopartage dans d'autres villes en France. Il existe donc une opportunité pour développer, par exemple via un réseau national, l'autopartage hors des lieux de résidence, dans le cadre de déplacements professionnels ou touristiques.

Graphique 54 : Intérêt pour un réseau national d'autopartage

Etes-vous intéressé(e) par l'utilisation de services d'autopartage dans d'autres villes en France?



CONCLUSION

L'Enquête Nationale sur l'Autopartage a permis de récolter et de croiser de nombreuses données, pour beaucoup inédites, sur les pratiques, les représentations et les aspirations des autopartageurs en France. L'analyse des résultats de cette enquête nous informe sur les effets induits de l'autopartage en matière de pratiques modales et donc sur les enjeux propres à son développement. Les principaux résultats sont les suivants :

L'autopartage : entre contrainte à la voiture particulière et intégration à l'ensemble des modes de transport

Les principaux utilisateurs de l'autopartage sont aujourd'hui des automobilistes contraints à l'utilisation des transports en commun par des politiques de stationnement restrictives. Ces utilisateurs sont très satisfaits par le service qui leur est proposé : l'autopartage apparaît donc comme un levier d'acceptation des politiques urbaines de restriction de la voiture. Le deuxième type d'autopartageur le plus répandu est constitué d'usagers multimodaux qui choisissent le moyen de transport le mieux adapté pour chacun de leurs déplacements.

L'autopartage : une offre évidente en centre urbain dense

Les trois quarts des répondants à l'enquête résident dans la ville-centre de leur agglomération. Ils sont des automobilistes occasionnels, bien connectés à l'offre de transports en commun, habitant dans un contexte où l'usage de l'automobile est contraint. L'autopartage est donc un mode adapté pour des besoins ponctuels en milieu urbain, en complémentarité avec l'offre de transports existante.

L'autopartage : un substitut à la voiture particulière

Un tiers des autopartageurs s'abonnent à l'autopartage au moment où leur voiture personnelle arrive en fin de vie. La moitié des autopartageurs s'abonne à l'autopartage parce qu'il leur revient moins cher que la voiture personnelle.

L'autopartage permet à ses utilisateurs de s'affranchir de la voiture particulière. Avant d'être abonnés, environ un tiers des ménages ne possédait pas de voiture alors qu'ils sont trois quarts à ne pas posséder de voiture après adhésion. De plus, une large part des répondants déclare que l'autopartage lui a permis de renoncer à l'achat d'une première voiture (34,4 % des répondants) ou d'une voiture supplémentaire (8,8 %).

La voiture est moins possédée, mais aussi moins utilisée par les autopartageurs : le nombre de kilomètres parcourus par an en voiture diminue de 41 % suite à leur adhésion à l'autopartage. Pour les ménages qui se séparent de leur unique voiture (38 % des répondants), le nombre de kilomètres parcourus diminue de 77 %.

L'autopartage : un déclencheur de mobilités alternatives à la voiture particulière

En affranchissant ses utilisateurs de la voiture particulière, l'autopartage permet à ses utilisateurs d'utiliser davantage les autres modes de transport. Suite à leur adhésion à l'autopartage, les répondants utilisent davantage la marche à pied (31 % des répondants), le vélo (30 %), les transports collectifs (25 %) et le train (25 %).

Les autopartageurs ont une image beaucoup plus neutre de la voiture et des transports en commun que le reste de la population française. Au vu des reports modaux constatés, l'autopartage est un moyen adapté pour faire adopter les modes alternatifs à des personnes qui n'y seraient pas venues par conviction.

L'autopartage : une offre étonnamment marginale, qu'il est essentiel de développer au vu de son impact sur les enjeux urbains

La connaissance du système influence directement sa diffusion : 65 % des répondants se sont abonnés à l'autopartage moins de 6 mois après avoir découvert son existence. La visibilité des stations d'autopartage est un enjeu fort pour la diffusion du système : il s'agit du principal moyen de découverte de l'autopartage pour les personnes qui se sont abonnées en 2012.

Il existe une forte attente envers une offre de véhicules variés pour répondre à la diversité des besoins ponctuels et le développement de services en trace directe. Les abonnés à un service d'autopartage en trace directe l'utilisent plus fréquemment que le reste des répondants, de même que ceux qui disposent d'un abonnement combiné aux transports en commun et à l'autopartage sur un même support.

Enfin, l'autopartage est encore peu utilisé pour des déplacements professionnels : seuls 15 % des répondants sont abonnés à titre professionnel. 59 % des autopartageurs n'utilisent jamais l'autopartage pour des déplacements professionnels.

Bibliographie

6T-Bureau de recherche, EPFL, 2010, « Et si les français n'avaient plus seulement une voiture dans la tête ? Evolution de l'image des modes de transport », CERTU.

6T-Bureau de recherche, 2007, *Etude sur l'autopartage à Paris : Analyse des comportements et des représentations qui lui sont associées.*

APUR, 2008, *L'autopartage et autres modes alternatifs à la possession de la voiture particulière. Expériences à Paris, en France et à l'étranger.*

CERTU, 2008, *L'autopartage en France et en Europe. Etat des lieux et perspectives*, Lyon, CERTU.

FLAMM, M., 2008, « L'industrialisation de l'auto-partage en Suisse », Revue FLUX, pp. 152-160.

FLAMM, M., 1997, « Les transports urbains publics individuels : l'émergence de solutions collectives aux problèmes engendrés par l'automobilité individuelle », in : *Les systèmes de voitures à usage partagé: libre service, multipropriété, car pool.* Actes du colloque du 2 juin 1997. Paris, INRETS.

FLAMM, M., 2004, *Comprendre le choix modal – Les déterminants des pratiques modales et des représentations individuelles des moyens de transport*, Thèse de doctorat, Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne.

FROST & SULLIVAN, 2010, *Sustainable and Innovative Personal Transport Solutions - Strategic Analysis of Carsharing Market in Europe*, Londres, Royaume-Uni.

HARMS, S., TRUFFER, B., 1998, *The Emergence of a Nation-Wide CarSharing Co-operative in Switzerland.* Dübendorf : EAWAG. Report to the European Commission, DG XII.

HOCKERTS, K., 2003, « Mobility CarSharing : from self-help to market leader », in *Sustainability innovations : ecological and social entrepreneurship and the management of antagonistic assets.* Ph.D. Thesis University St. Gallen, Bamberg, Difo-Druck.

IAU-IDF, 2010, *Autopartage et covoiturage à Londres, Berlin et Madrid. Quelle offre et quel rôle des pouvoirs publics ?*

INTERFACE / INFRAS, 2006, *Evaluation Car-Sharing : Schlussbericht*, Bern, Bundesamt für Energie.

INTERFACE, 2012, *Evaluation Car Sharing : Résumé*, Lucerne.

LOOSE W., 2010, *The State of European Car Sharing*, programme européen MOMO Car-Sharing.

MUHEIM, P., 1998, *CarSharing – der Schlüssel zur kombinierten Mobilität*, Bern, Bundesamt für Energie / Energie 2000.

MUHEIM, P., INDERBITZIN, J., 1992, *Das Energiesparpotential des gemeinschaftlichen Gebrauchs von Motorfahrzeugen als Alternative zum Besitz eines eigenen Autos.* Lucerne.

PETERSEN, M., 1995, *Ökonomische Analyse des Car-Sharing.* Wiesbaden, Deutscher Universitätsverlag.

ROCCI, A., 2007, *De l'automobilité à la multimodalité ? Analyse sociologique des freins et leviers au changement de comportements vers une réduction de l'usage de la voiture. Le cas de la région parisienne et perspective internationale*, thèse de doctorat en Sociologie, Université Paris V.

SHAHEEN, S., SPERLING, D., WAGNER, C., 1998, *Carsharing in Europe and North America: Past, Present and Future*, Transportation Quarterly, Volume 52-3

SIOUL, L., MORENCY, C., TREPANIER, M., 2013, *How Carsharing Affects the Travel Behavior of Households: A Case Study of Montréal, Canada*, International Journal of Sustainable Transportation, Volume 7-1

TCRP, 2005, *Car-Sharing: Where and How It Succeeds*, Report 108, Washington, USA.

VINCENT, S., 2008, *Les « altermobilités » : analyse sociologique d'usages de déplacements alternatifs à la voiture individuelle. Des pratiques en émergence ?*, thèse de doctorat en Sociologie, Université Paris V.

XERFI RESEARCH, 2010, *L'autopartage en France à l'horizon 2015. Potentiels de croissance, forces en présence et modèles de développement*

Table des illustrations

L'autopartage, un service complémentaire des modes de transports existants	7
Services d'autopartage concernés par l'enquête et taux de retours.....	13
Graphique 1 : Répartition des répondants par opérateur	14
Tableau 1 : Taux de retour par opérateur	15
Graphique 2 : Connaissance par le répondant d'un autre opérateur que celui auquel il est abonné..	15
Graphique 3 : Date d'abonnement au service d'autopartage	16
Tableau 2 : Comparaison des échantillons du programme MOMO et de l'enquête ENA	17
Graphique 4 : Âge des répondants	18
Graphique 5 : Situation conjugale des répondants	18
Graphique 6 : Situation professionnelle des répondants	19
Graphique 7 : Dernier diplôme obtenu par les répondants.....	19
Graphique 8 : Revenu mensuel net (hors aides et allocations) du ménage des répondants	20
Graphique 9 : Répartition des répondants par type d'aire urbaine	21
Graphique 10 : Nombre de km entre le lieu de résidence et le lieu de travail ou d'études.....	21
Graphique 11 : Part des répondants résidant dans la ville-centre de leur agglomération.....	21
Graphique 12 : Répartition des répondants selon la typologie des logiques de choix modal.....	24
Graphique 13 : Abonnement à titre particulier et/ou professionnel	24
Graphique 14 : Adjectifs les plus cités pour les transports en commun, la voiture particulière et l'autopartage	25
Graphique 15 : Adjectifs les plus cités par les abonnés à titre uniquement professionnel pour les transports en commun, la voiture particulière et l'autopartage	27
Tableau 3 : Image des modes de transport : comparaison entre les autopartageurs et la population française.....	28
Tableaux 4 et 5 : Classement des adjectifs relatifs à la voiture particulière et à l'autopartage selon le type d'aire urbaine.....	29
Tableau 6 : Classement des adjectifs relatifs aux transports en commun selon le type d'aire urbaine.....	30
Graphique 16 : « Comment avez-vous connu l'autopartage ? » (plusieurs réponses possibles)	31

Graphique 17 : « Pourquoi à votre avis le nombre de ménages qui recourent à l'autopartage est-il plutôt modeste à ce jour ? » (plusieurs réponses possibles)	32
Graphique 18 : « Une fois que vous avez appris l'existence d'un service d'autopartage, combien de temps avez-vous mis pour vous y abonner ? »	32
Graphique 19 : Moyen de connaissance de l'autopartage selon la date d'abonnement (plusieurs réponses possibles).....	33
Graphique 20 : Moyen de connaissance de l'autopartage selon l'âge (plusieurs réponses possibles)	34
Graphique 21 : « Est-ce que vous parlez de votre utilisation de l'autopartage autour de vous ? » (plusieurs réponses possibles ; la colonne « nb » indique le nombre de citations pour les 1923 répondants)	34
Graphique 22 : Nombre d'utilisateurs de l'autopartage au sein du foyer selon la date d'abonnement	35
Graphique 23 : « Quel évènement principal a déclenché votre abonnement à l'autopartage » ? (une seule réponse possible)	35
Graphique 24 : « Quelle était votre motivation principale pour l'abonnement à l'autopartage ? » (une seule réponse possible)	36
Graphique 25 : Délai d'abonnement à partir de la découverte du service, selon l'évolution de la possession de véhicules.....	36
Graphique 26 : évènement déclencheur de l'abonnement à l'autopartage selon l'âge	37
Graphique 27 : « L'abonnement à l'autopartage vous a amené à... » (plusieurs réponses possibles) .	37
Graphique 28 : Motivation principale pour l'adhésion à l'autopartage selon la date d'abonnement (une seule réponse possible)	38
Graphique 29 : Motivation principale pour l'adhésion à l'autopartage selon le type d'aire urbaine (une seule réponse possible)	39
Graphique 30 : « A combien de temps à pied depuis votre domicile se trouve la station d'autopartage la plus proche ? »	40
Graphique 31 : Fréquence d'utilisation d'une voiture d'autopartage	41
Graphique 32 : Fréquence d'utilisation de l'autopartage selon le motif d'usage.....	41
Graphique 33 : Part des répondants utilisant très ou assez souvent l'autopartage pour un motif d'usage, selon l'âge.....	42
Graphique 34 : Part des répondants utilisant très ou assez souvent l'autopartage pour un motif d'usage, selon le type d'aire urbaine	42

Graphique 35 : Part des répondants n'utilisant jamais l'autopartage pour les différents motifs d'usage, selon l'ancienneté de l'abonnement	43
Graphique 36 : Part des usagers n'utilisant jamais l'autopartage pour.....	44
Graphique 37 : Nombre de voitures possédées par le ménage avant et après l'adhésion à un service d'autopartage	45
Tableau 7 : Evolution de la motorisation des ménages avant/après l'adhésion à un service d'autopartage	46
Graphique 38 : « L'abonnement à l'autopartage vous a-t-il amené à : » (plusieurs réponses possibles)	47
Graphique 39 : Nombre de deux-roues motorisés possédés par le ménage avant (à gauche) et après (à droite) l'adhésion à un service d'autopartage	47
Graphique 40 : Evolution des moyens de transport possédés en fonction de la fréquence d'usage de l'autopartage	48
Graphique 41 : « Diriez-vous que vos changements d'habitude en matière de moyens de transport sont principalement dus : »	48
Graphique 42 : « Si dus à d'autres évènements, lesquels ? » (plusieurs réponses possibles).....	48
Graphique 43 : Evolution des moyens de transport possédés	49
Graphique 44 : Evolution de l'utilisation de la voiture (particulière, autopartagée et location traditionnelle) selon les motifs d'usage.....	49
Tableau 8 : Evolution moyenne du nombre de kilomètres parcourus en automobile, par mois	50
Tableau 9 : Evolution du nombre de kilomètres parcourus par mois en automobile selon la motorisation	50
Tableau 10 : Evolution du nombre de kilomètres parcourus par mois en automobile selon la motorisation	51
Graphique 45 : Diminution moyenne du nombre de kilomètres parcourus par mois en voiture personnelle et autopartagée, selon la date d'abonnement au service d'autopartage	52
Graphique 46 : évolution de l'utilisation des modes de transport	53
Graphique 47 : Part des répondants utilisant davantage les différents modes, en fonction du vecteur de changement d'habitudes identifié.....	53
Graphique 48 : évolution de l'utilisation des modes de transport selon le taux de motorisation après l'adhésion à l'autopartage	54
Tableau 11 : Evolution des fréquences d'usage quotidien des modes de transport (« tous les jours ou presque »).....	55

Graphique 49 : Evolution du nombre d’usagers hebdomadaires des modes de transport avant et après l’adhésion à l’autopartage	55
Tableau 12 : Evolution du nombre d’usagers hebdomadaires de modes de transport, en fonction de la fréquence d’utilisation de l’autopartage	56
Tableau 13 : Evolution du nombre d’usagers hebdomadaires de modes de transport, en fonction de l’abonnement aux transports en commun	56
Graphique 50 : satisfaction des répondants relative à leur service d’autopartage	57
Tableau 14 : Taux de satisfaction des répondants tous critères confondus, selon le type d’aire urbaine	58
Tableau 15 : part des répondants non satisfaits par critère, selon le type d’aire urbaine	58
Graphique 51 : Aspirations des répondants	59
Graphique 52 : Fréquences d’usage comparées pour l’ensemble des répondants (à gauche) et les utilisateurs d’un service en trace directe (à droite).....	60
Tableau 16 : Part des répondants très ou assez satisfaits, selon le critère de satisfaction et le type d’usager	61
Tableau 17 : Aspirations selon le type d’usager	63
Graphique 53 : Possession et souhait d’un abonnement combiné transports en commun / autopartage	64
Graphique 54 : Intérêt pour un réseau national d’autopartage	64

Questionnaire de l'enquête



Enquête nationale sur l'autopartage



Le cabinet 6T-Bureau de recherche et France-Autopartage lancent une enquête auprès d'abonnés à un service d'autopartage.

L'objectif est de mieux comprendre les freins et les leviers relatifs à l'usage de l'autopartage.

Pour cela, nous avons besoin de recueillir des informations sur votre mobilité et connaître vos opinions. Nous vous invitons donc à répondre à ce questionnaire. N'hésitez pas à en parler autour de vous et à envoyer le lien internet à toute personne dans votre entourage qui pratique l'autopartage.

L'objectif est d'avoir le maximum de réponses. Cela vous prendra moins de 15 minutes. Nous vous garantissons l'anonymat et la confidentialité de vos réponses.

Merci de votre participation !

En cas de problèmes ou pour toutes questions, vous pouvez contacter Sylvanie Godillon (sylvanie.godillon@6t.fr)

Remarque sur la protection de la vie privée

Ce questionnaire est anonyme.

L'enregistrement de vos réponses ne contient aucune information d'identification sur vous, à moins qu'une question ne vous ait été posée dans ce sens. Si vous avez répondu à un questionnaire utilisant des invitations, vous pouvez être assuré(e) que le code de l'invitation n'est pas enregistré avec votre réponse. Les invitations sont gérées dans une base de données séparée qui n'est mise à jour que pour indiquer si vous avez ou non utilisé votre invitation pour remplir le questionnaire. Il n'y a aucun moyen de faire le lien entre les invitations et les réponses enregistrées pour ce questionnaire.



Enquête nationale sur l'autopartage



1. q1 - Auprès de quel service d'autopartage êtes-vous abonné(e)?

- | | | | | |
|---|---|--|---|---|
| <input type="radio"/> AutoCool (Bordeaux) | <input type="radio"/> Lilas Autopartage (Lille) | <input type="radio"/> Auto2 (Cergy-Pontoise) | <input type="radio"/> Autocité+ (Angers) | <input type="radio"/> Autociti (Tours) |
| <input type="radio"/> Otolis (Poitiers) | <input type="radio"/> Mobilib (Toulouse) | <input type="radio"/> Modulauto (Montpellier, Nîmes, Narbonne) | <input type="radio"/> Autopi (Nancy, Metz) | <input type="radio"/> Auto'trement (Alsace) |
| <input type="radio"/> Autocité (Besançon) | <input type="radio"/> Autolib (Paris) | <input type="radio"/> Autolib (Lyon) | <input type="radio"/> CitéLib (Grenoble, Chambéry, Annecy, Saint-Etienne) | <input type="radio"/> Autopartage Provence (Marseille, Avignon) |
| <input type="radio"/> Mobizen (Paris) | <input type="radio"/> Auto Bleue (Nice) | <input type="radio"/> Yélobobile (La Rochelle) | <input type="radio"/> City Rou' (Rennes) | <input type="radio"/> Marguerite (Nantes) |
| <input type="radio"/> autre | | | | |

2. q1_AUTRE - Si 'autre', précisez :

3. q1_1 - Connaissez-vous d'autres services d'autopartage?

- oui non

4. q1_1bis - Si oui, lesquels?

5. q1_2 - Comment avez-vous connu l'autopartage? (Plusieurs réponses possibles)

- | | | | | |
|--|--|--------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> presse | <input type="checkbox"/> internet | <input type="checkbox"/> amis | <input type="checkbox"/> collègues de travail | <input type="checkbox"/> plaquettes/prospectus |
| <input type="checkbox"/> j'ai vu une station d'autopartage et je me suis renseigné | <input type="checkbox"/> j'ai vu une voiture autopartagée en circulation et je me suis renseigné | <input type="checkbox"/> autre | <input type="checkbox"/> j'ai vu une station d'autopartage et je me suis renseigné | <input type="checkbox"/> j'ai vu une voiture autopartagée en circulation et je me suis renseigné |
| <input type="checkbox"/> collègues de travail | | | | |

6. q1_2_AUTRE - Si 'autre', précisez :

7. q2 - Etes-vous un(e) abonné(e)... (Plusieurs réponses possibles)

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> particulier | <input type="checkbox"/> professionnel(le) (utilisation d'une voiture en autopartage par le biais de l'employeur)? |
|--------------------------------------|--|



Enquête nationale sur l'autopartage



8. q3 - Depuis quelle année êtes-vous abonné(e)?

9. q3-2 - Une fois que vous avez appris l'existence d'un service d'autopartage, combien de temps avez-vous mis pour vous y abonner?

- moins d'un mois
 entre 1 et 2 mois
 entre 2 et 6 mois
 entre 6 et 12 mois
 plus de 12 mois

10. q4-entreprise - Combien de personnes (y compris vous) utilisent la carte d'abonnement dans votre entreprise?

11. q4-foyer - Combien de personnes (y compris vous) utilisent la carte d'abonnement dans votre foyer?

12. q5 - Quel événement principal a déclenché votre abonnement à l'autopartage (une seule réponse possible) :

- Nécessité de remplacer sa voiture
 Evolution de la composition du ménage (mariage, enfant, divorce, etc.)
 Déménagement
 Changement de lieu de travail
 Perte d'emploi
 Aucun
 Ne sais pas
 Autre
 Evolution de la composition du ménage (mariage, enfant, divorce, etc.)
 Nécessité de remplacer sa voiture
 Déménagement

13. q5_AUTRE - Si 'autre', précisez :

14. q5add - Et quelle était votre motivation principale (une seule réponse possible) :

- L'autopartage me revient moins cher qu'une voiture personnelle
 L'autopartage est plus pratique qu'une voiture personnelle
 L'autopartage est un système écologique
 Ne sais pas
 Autre
 L'autopartage est un système écologique

15. q5add_AUTRE - Si 'autre', précisez :



Enquête nationale sur l'autopartage



16. q6-1 - Pourriez-vous me citer spontanément trois adjectifs pour qualifier les transports publics dans votre ville?

1er adjectif :

17. q6-2 - 2ème adjectif :

18. q6-3 - 3ème adjectif :

19. q7-1 - Et trois adjectifs pour qualifier la voiture particulière (celle que l'on possède)?

1er adjectif :

20. q7-2 - 2ème adjectif :

21. q7-3 - 3ème adjectif :

22. q8-1 - Et trois adjectifs pour qualifier l'autopartage?

1er adjectif :

23. q8-2 - 2ème adjectif :

24. q8-3 - 3ème adjectif :



Enquête nationale sur l'autopartage



25. q10 - Possédez-vous un abonnement de transport collectif?

oui non

26. q11 - Disposez-vous un abonnement commun transport collectif et autopartage sur un même support?

oui non

27. q11bis - Etes-vous intéressé par un abonnement commun transport collectif et autopartage sur un même support?

oui non ne sait pas

28. q12 - Etes-vous intéressé(e) par l'utilisation de services d'autopartage dans d'autres villes en France?

oui non ne sait pas

Depuis que vous êtes abonné(e) au service d'autopartage, est-ce que votre utilisation des moyens de transport a évolué?

	davantage	moins	pas de changement	non concerné(e)	non concerné(e)
29. q20_2 - Les transports collectifs, vous les utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30. q20_0 - Le train, vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. q20_3 - Si vous avez conservé votre voiture personnelle, vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32. q20_1 - Le vélo, vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33. q20_4 - La moto, le scooter (si vous en avez à votre disposition), vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34. q20_5 - La marche à pied, vous la pratiquez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35. q20_6 - La location traditionnelle de véhicules, vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36. q20_9 - Le covoiturage, vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
37. q20_7 - Le taxi, vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
38. q20_8 - L'avion, vous l'utilisez :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Enquête nationale sur l'autopartage



Avant d'être abonné(e) au service d'autopartage, à quelle fréquence utilisiez-vous :

	tous les jours ou presque	2-3 fois/semaines	1 fois/semaine	2-3 fois/mois	1 fois/mois	moins souvent	jamais
39. tc_1 - Les transports collectifs (métro, bus, TER)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40. vélo_1 - Le vélo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
41. Une automobile privée en tant que con_1 - Une voiture personnelle en tant que conducteur?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42. Un deux roues - Un deux roues motorisés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43. La marche à pied pour un déplacement com - La marche à pied pour un déplacement complet? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44. L'avion?1 - L'avion?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Ex: Domicile <-> Travail



Enquête nationale sur l'autopartage



Depuis que vous êtes abonné(e) au service d'autopartage, à quelle fréquence utilisez-vous :

	tous les jours ou presque	2-3 fois/semaines	1 fois/semaine	2-3 fois/mois	1 fois/mois	moins souvent	jamais
45. tc_2 - Les transports collectifs (métro, bus, TER)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
46. vélo_2 - Le vélo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47. Une automobile privée en tant que con_2 - Une voiture personnelle en tant que conducteur?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
48. Une automobile en autopartage?_2 - Une voiture d'autopartage?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
49. Un deux roues_2 - Un deux roues motorisés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50. La marche à pied pour un déplacement_2 - La marche à pied pour un déplacement complet? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
51. l'avion?2 - L'avion?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Ex: Domicile <-> Travail



Enquête nationale sur l'autopartage



52. q18 - Avant d'être abonné(e) au service d'autopartage, à quelle fréquence aviez-vous recours à des locations traditionnelles de véhicule auprès de loueurs?

- 1-2 fois/mois et plus
 1 fois/mois
 6-11 fois/an
 1-5 fois/an
 moins souvent
 jamais

53. q18_bis - Depuis que vous êtes abonné(e) au service d'autopartage, à quelle fréquence avez-vous recours à des locations traditionnelles de véhicule auprès de loueurs?

- 1-2 fois/mois et plus
 1 fois/mois
 6-11 fois/an
 1-5 fois/an
 moins souvent
 jamais



Enquête nationale sur l'autopartage



Depuis que vous êtes abonné(e) au service d'autopartage, est-ce que votre utilisation de la voiture (personnelle, location, autopartage) a évolué pour les déplacements relatifs aux activités suivantes :

	davantage	moins	pas de changement
54. qadd_0 - Pour vos vacances, vous utilisez la voiture :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
55. qadd_1 - Pour les achats, vous utilisez la voiture :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
56. qadd_2 - Pour les loisirs, vous utilisez la voiture :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
57. qadd_3 - Pour les déplacements professionnels, vous utilisez la voiture :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
58. qadd_4 - Pour les déplacements domicile <-> travail ou domicile <-> étude, vous utilisez la voiture :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Enquête nationale sur l'autopartage



59. q21 - Diriez-vous que vos changements d'habitudes en matière d'utilisation de moyens de transport sont principalement dus :

- à votre abonnement à un service d'autopartage à d'autres événements dans votre parcours de vie

60. q21_2 - Si dus à d'autres événements, lesquels? (Plusieurs réponses possibles)

- évolution de la composition du ménage déménagement changement de lieu de travail autre d'Zmžnagement
- Žvolution de la composition du mžnage

61. q21_2_AUTRE - Si 'autre', précisez :



Enquête nationale sur l'autopartage



62. q22 - Combien de voitures aviez-vous dans votre ménage avant d'être abonné(e) à un service d'autopartage?

- aucune 1 2 et plus

63. q23 - Et combien de voitures possédez-vous actuellement dans votre ménage?

- aucune 1 2 et plus

64. q24 - Combien de deux-roues motorisés aviez-vous dans votre ménage avant d'être abonné(e) à un service d'autopartage?

- aucun 1 2 et plus

65. q25 - Combien de deux-roues motorisés possédez-vous actuellement dans votre ménage?

- aucun 1 2 et plus

66. q26 - L'abonnement à l'autopartage vous a-t-il amené à : (Plusieurs réponses possibles)

- renoncer à l'achat d'une voiture (si aucune voiture avant) renoncer à l'achat d'une voiture supplémentaire vous séparer d'une voiture acheter une voiture acheter un vélo
- acheter un scooter/moto aucun changement renoncer à l'achat d'une voiture (si aucune voiture avant) renoncer à l'achat d'une voiture supplémentaire vous séparer d'une voiture
- acheter un vélo

67. q26_2 - Si vous vous êtes séparé d'une automobile, à quelle date (mm/aaaa)?



Enquête nationale sur l'autopartage



68. q27 - Si vous aviez une voiture personnelle à disposition avant d'utiliser l'autopartage : de quel type de stationnement résidentiel disposiez-vous avant d'être abonné(e)? (Plusieurs réponses possibles)

- en voirie parking public parking privé lié à votre domicile parking privé lié à votre domicile

69. q28 - Aujourd'hui, de quel type de stationnement disposez-vous? (Plusieurs réponses possibles)

- vous avez conservé le même type de stationnement vous avez renoncé au stationnement en voirie vous avez renoncé au parking public vous avez renoncé au parking privé lié à votre domicile vous n'avez plus de stationnement résidentiel



Enquête nationale sur l'autopartage



70. q29 - Est-ce que vous diriez que vous dépensez davantage d'argent pour l'utilisation des transports collectifs depuis que vous êtes abonné(e) à l'autopartage?

- oui, nettement plus oui, un peu plus non, nettement moins non, un peu moins non, pas de changement

71. q30_1 - En moyenne, combien diriez-vous que vous dépensez en euros dans l'autopartage? (Si vous le savez par mois, cliquez "Par mois". Si vous le savez par an, cliquez "Par an").

- Par mois Par an

72. q30_2 - Par mois :

73. q30_3 - Par an :

74. q31_1 - Si vous aviez une voiture personnelle à disposition avant d'être abonné(e) à un service d'autopartage, de manière générale, en comptant tous vos déplacements (privés, professionnels, loisirs, vacances, etc.), combien de kilomètres effectuez-vous environ en tant que conducteur? (Si vous le savez par mois, cliquez "Par mois". Si vous le savez par an, cliquez "Par an").

- Par mois Par an

75. q31_2 - Par mois :

76. q31_3 - Par an :

77. q32_1 - Actuellement, combien de kilomètres environ effectuez-vous avec l'autopartage? (Si vous le savez par mois, cliquez "Par mois". Si vous le savez par an, cliquez "Par an").

- Par mois Par an

79. q32_3 - Par an :

78. q32_2 - Par mois :



Enquête nationale sur l'autopartage



80. q33_1 - Actuellement, combien de kilomètres effectuez-vous environ en voiture personnelle en tant que conducteur ? (Si vous le savez par mois, cliquez "Par mois". Si vous le savez par an, cliquez "Par an").

- Par mois Par an

81. q33_2 - Par mois :

82. q33_3 - Par an :

83. q34 - Si vous parcourez moins de km en automobile : avez-vous reporté une partie de ce kilométrage sur l'utilisation de deux-roues motorisés?

- oui non

84. qlocation1 - Depuis que vous êtes abonné(e) au service d'autopartage, combien de kilomètres effectuez-vous environ en voiture de location traditionnelle ? (Si vous le savez par mois, cliquez "Par mois". Si vous le savez par an, cliquez "Par an").

- Par mois Par an

85. qlocation2 - Par mois :

86. qlocation3 - Par an :



Enquête nationale sur l'autopartage



A propos des véhicules loués en autopartage, comment réagissez-vous aux affirmations suivantes?

	d'accord	pas d'accord	ne sait pas
87. q36_2 - "Il est utile d'avoir accès à des véhicules de différentes tailles"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
88. q36_3 - "Il faudrait proposer des véhicules avec une boîte de vitesse automatique"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
89. q36_4 - "J'aimerais utiliser un véhicule électrique"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
90. "Je suis prêt à payer plus cher pour utiliser un véhicule électrique"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
91. "J'aimerais pouvoir laisser le véhicule - "J'aimerais pouvoir laisser le véhicule loué en autopartage dans une autre station que celle de départ"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
92. "Je suis prêt à payer plus cher pour laisser le véhicule loué en autopartage dans une autre station que celle de départ"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

93. q37 - Est-ce que vous parlez de votre utilisation de l'autopartage autour de vous? (Plusieurs réponses possibles)

- oui, aux amis
 oui, à ma famille
 oui, à mes collègues de travail
 non
 oui, à ma famille
 oui, mes collègues de travail

94. q38 - Pourquoi à votre avis le nombre de ménages qui recourent à l'autopartage est-il plutôt modeste à ce jour? (Plusieurs réponses possibles)

- offre trop peu connue
 offre trop peu dense
 nécessite de réserver le véhicule à l'avance
 mauvaise image des offres existantes
 attachement au véhicule personnel
 autre
 attachement au véhicule personnel
 nécessite de réserver le véhicule à l'avance

95. q38_AUTRE - Si 'autre', précisez :



Enquête nationale sur l'autopartage



Concernant le service d'autopartage, êtes-vous satisfait(e) des critères suivants:

	très	assez	pas vraiment	pas du tout	trs
96. q53_0 - Disponibilité des véhicules	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
97. q54_1 - Etat d'entretien des véhicules	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
98. q54_6 - Variété des véhicules proposés (plusieurs catégories)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
99. q54_7 - Nombre de stations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
100. q54_8 - Localisation des stations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
101. q54_2 - Mode de réservation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
102. q54_9 - Délais de réservation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
103. q54_4 - Accueil téléphonique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
104. q54_5 - Qualité du service client	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
105. q54_3 - Coût du service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De manière générale, vous utilisez l'autopartage pour les motifs de déplacement suivants :

	très souvent	assez souvent	assez peu souvent	jamais	trs souvent
106. q44_1 - déplacements professionnels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
107. q44_2 - achats	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
108. q44_3 - visite de la famille, d'amis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
109. q44_4 - loisirs le soir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
110. q44_5 - loisirs le week-end	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

111. q45 - Quels sont les éventuels obstacles que vous avez rencontrés à l'utilisation de l'autopartage?

112. q49_1_1 - Utilisez-vous toujours la même station d'autopartage?

- oui
 non



Enquête nationale sur l'autopartage



113. q49 - Est-ce que vous pensez que vous serez abonné(e) dans 1an?

- oui, certainement probablement non

114. q49_1 - Si non, pourquoi?

115. q49_2 - A combien de temps à pied depuis votre domicile se trouve la station d'autopartage la plus proche?

- moins de 5 minutes moins de 10 minutes moins de 20 minutes plus de 20 minutes

116. q49_3 - A combien de temps à pied depuis votre domicile se trouve la station de transport collectif urbain (metro, bus, TER...) la plus proche?

- moins de 5 minutes moins de 10 minutes moins de 20 minutes plus de 20 minutes

117. q49_4 - Est-ce une station de :

- bus métro tramway TER mžtro

118. stat_0 - Dans quelle commune habitez-vous?

119. statCP - Code postal



Enquête nationale sur l'autopartage



120. stat_1 - Vous êtes :

- un homme une femme

121. stat_2 - votre âge :

122. stat_3 - Vous vivez actuellement...

- seul(e) en couple sans enfant en couple avec des enfants seul avec des enfants autre

123. stat_3_AUTRE - Si 'autre', précisez :

124. stat_4 - Quelle est votre activité actuelle?

- en formation (étudiant) au foyer actif à plein temps (+32h/semaine) actif à temps partiel (jusqu'à 32h/semaine) en recherche d'emploi
- retraité(e) actif à temps partiel (jusqu'à 32h/semaine) actif à plein temps (+32h/semaine) en formation (Žtudiant) retraitŽ(e)

125. stat_5 - Quel est le dernier diplôme que vous avez obtenu?

- pas de diplôme diplôme de l'enseignement primaire diplôme de l'enseignement secondaire (Bac) BEP/CAP diplôme de l'enseignement supérieur 1er cycle (DEUG, ENI, DUT, BTS)
- diplôme de l'enseignement supérieur 2ème cycle (Licence, Maîtrise) ou au-delà dipl™me de l'enseignement supŽrieur 2me cycle (Licence, Maîtrise) ou au-delà dipl™me de l'enseignement secondaire (Bac) dipl™me de l'enseignement supŽrieur 1er cycle (DEUG, ENI, DUT, BTS) dipl™me de l'enseignement primaire
- pas de dipl™me

126. stat_06 - Est-ce que vous travaillez ou étudiez dans votre commune de résidence?

- oui non



Enquête nationale sur l'autopartage



127. stat_07 - A quelle distance en Km se trouve votre lieu de travail/étude?

128. q95 - Enfin, quel est le revenu mensuel net (sans allocation et autres aides) total de votre foyer en comptant les revenus de tous les membres du ménage? (en euros)

- | | | | | |
|--|--|--|---------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> Moins de 1500 | <input type="radio"/> De 1501 à 2000 | <input type="radio"/> De 2001 à 3000 | <input type="radio"/> De 3001 à 4000 | <input type="radio"/> De 4001 à 5000 |
| <input type="radio"/> De 5001 à 6000 | <input type="radio"/> De 6001 à 7000 | <input type="radio"/> De 7001 à 8000 | <input type="radio"/> De 8001 à 9000 | <input type="radio"/> De 9001 à 10000 |
| <input type="radio"/> De 10001 à 11000 | <input type="radio"/> De 11001 à 12000 | <input type="radio"/> De 12001 et plus | <input type="radio"/> Pas de réponse | <input type="radio"/> De 3001 ^ 4000 |
| <input type="radio"/> De 2001 ^ 3000 | <input type="radio"/> Pas de réponse | <input type="radio"/> De 7001 ^ 8000 | <input type="radio"/> De 1501 ^ 2000 | <input type="radio"/> De 4001 ^ 5000 |
| <input type="radio"/> De 6001 ^ 7000 | <input type="radio"/> De 5001 ^ 6000 | <input type="radio"/> De 8001 ^ 9000 | <input type="radio"/> De 9001 ^ 10000 | <input type="radio"/> De 10001 ^ 11000 |
| <input type="radio"/> De 11001 ^ 12000 | | | | |

129. q96 - Accepteriez-vous d'être recontacté(e) dans 6 - 12 mois pour une nouvelle enquête sur vos comportements de mobilité?

- oui non

130. q97 - Si oui, pouvez-vous donner votre numéro d'abonné d'autopartage.