

UNE ÉTUDE RÉALISÉE PAR 6T-BUREAU DE RECHERCHE SUR UN COFINANCEMENT 6T ET ADEME



### Contexte

Publiées en 2012 et 2016, les deux premières éditions de l'Enquête Nationale sur l'Autopartage<sup>1</sup> constituaient les premières études d'envergure sur les usagers, usages et impacts de l'autopartage en France.

Menées auprès d'au moins 2 000 usagers abonnés d'une vingtaine de services d'autopartage différents, ces enquêtes ont mis en évidence l'effet « déclencheur de multimodalité » de l'autopartage en boucle : l'autopartage permet aux habitants des villes de s'affranchir de la voiture individuelle, de découvrir et de s'approprier d'autres modes de déplacement.

Trois ans après la dernière enquête, l'autopartage joue-t-il encore le même rôle dans la mobilité urbaine ? Ses usagers sont-ils restés les mêmes ? Ses usages, ses impacts ont-ils évolué ?

### Enjeux

Tout comme en 2012 et 2016, l'édition 2019 porte principalement sur l'autopartage en boucle. Elle vise deux objectifs :

- **mettre à jour les résultats de la précédente édition** : les usagers, usages et impacts de l'autopartage ont-ils évolué entre 2016 et 2019 ?
- **affiner la compréhension des usagers, usages et impacts de l'autopartage** : notamment, qui sont les usagers de l'autopartage ? Une fois abonnés à l'autopartage, leurs pratiques de déplacements évoluent-elles de la même manière ? Quels sont les usages et les impacts de l'autopartage entre particuliers et de l'autopartage en contexte professionnel ?

**Le rapport d'étude complet est disponible sur notre blog :**  
<https://6-t.co/enquete-autopartage-2019/>

#### **Autopartage B2C en boucle : l'objet principal de l'étude**

Le véhicule est rendu dans la station de départ. Il est possible de le réserver plusieurs heures à l'avance et il faut préciser le temps de la location. Les services étudiés sont offerts en **B2C** (business to consumer) : une entreprise les offre au grand public.

#### **Autopartage B2C en trace directe**

**Avec stations** : le véhicule peut être rendu dans une autre station que la station de départ. **Sans stations (free floating)** : le véhicule peut être pris et rendu n'importe où dans un périmètre donné. Il ne faut pas préciser le temps de la location. Ces services sont également offerts en **B2C**.

#### **Autopartage entre particuliers ou P2P**

Réalisée **entre particuliers (P2P)**, la location s'effectue par le biais d'opérateurs qui s'occupent de la facturation ainsi que de l'assurance et qui prennent une commission sur chaque transaction.

<sup>1</sup>

- 6t-bureau de recherche, 2013, Enquête Nationale sur l'Autopartage - L'autopartage comme déclencheur d'une mobilité alternative à la voiture particulière.
- 6t-bureau de recherche, 2016, Enquête Nationale sur l'Autopartage - Edition 2016.

**Pour citer l'étude** : 6t-bureau de recherche, 2019, Enquête Nationale sur l'Autopartage - Edition 2019.

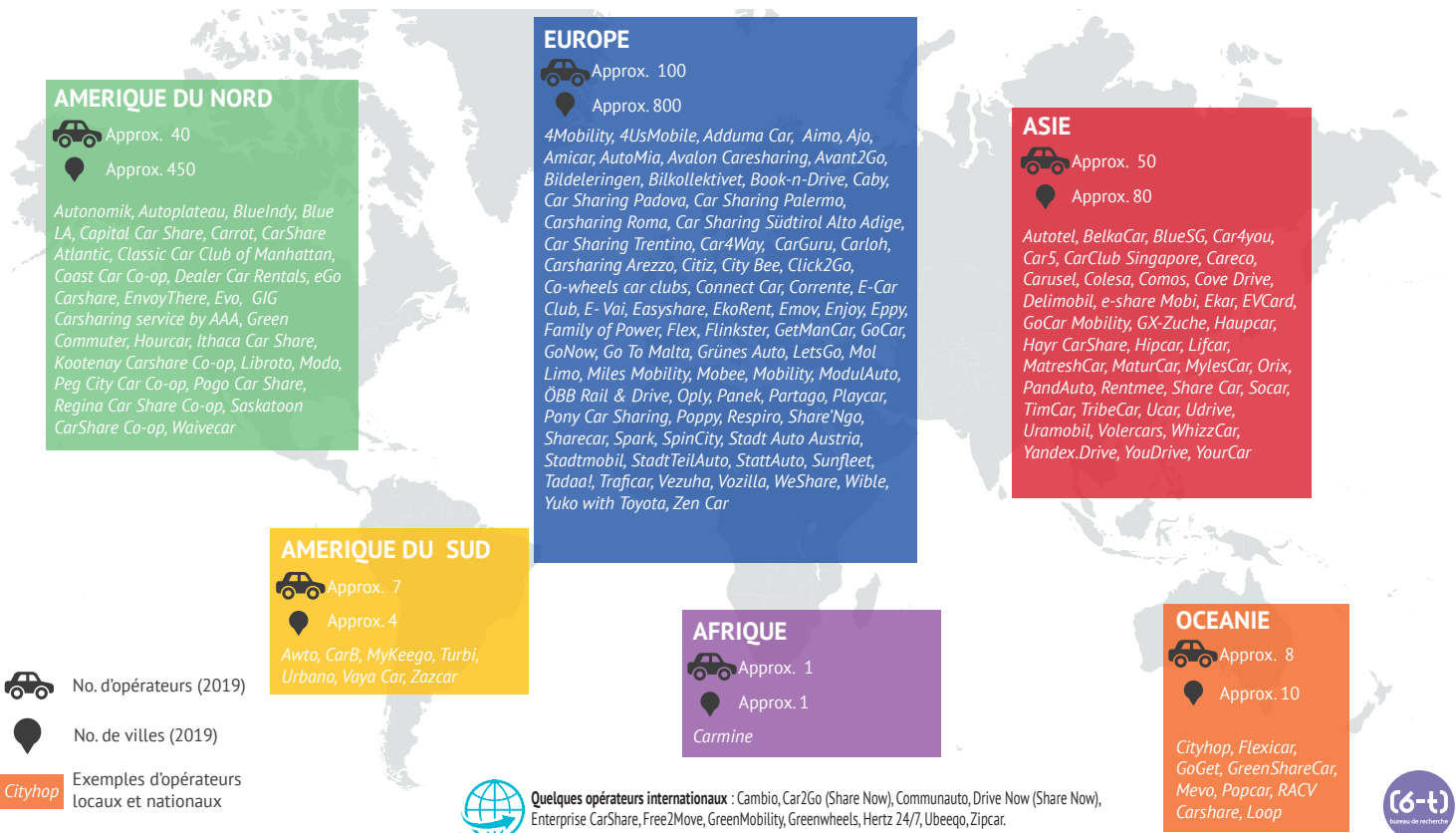
## Une majorité d'opérateurs locaux en B2C

**62 %** des opérateurs d'autopartage en B2C sont locaux, c'est-à-dire qu'ils sont présents dans une seule aire urbaine. **31%** sont présents dans plusieurs villes d'un même pays (opérateurs nationaux) et **7%** sont des opérateurs internationaux.

La **connaissance du contexte local** apparaît donc déterminante pour la viabilité du service.

La majorité des pays accueillent plusieurs opérateurs (sauf pour la trace directe avec station), ce qui témoigne d'un potentiel de marché important à l'échelle nationale.

Tandis que quelques grandes agglomérations concentrent des marchés très concurrentiels avec une offre importante, **97 % des villes n'accueillent qu'un ou deux opérateurs en B2C.**



Avec **14** services en boucle et **10** en trace directe, **Moscou dispose de l'offre en B2C la plus importante au monde.** Cette ville a pourtant été très peu étudiée.

## Une offre en boucle plus étoffée et plus ancienne que celle en trace directe

### PRINCIPALES OFFRES D'AUTOPARTAGE B2C EN BOUCLE EN FRANCE

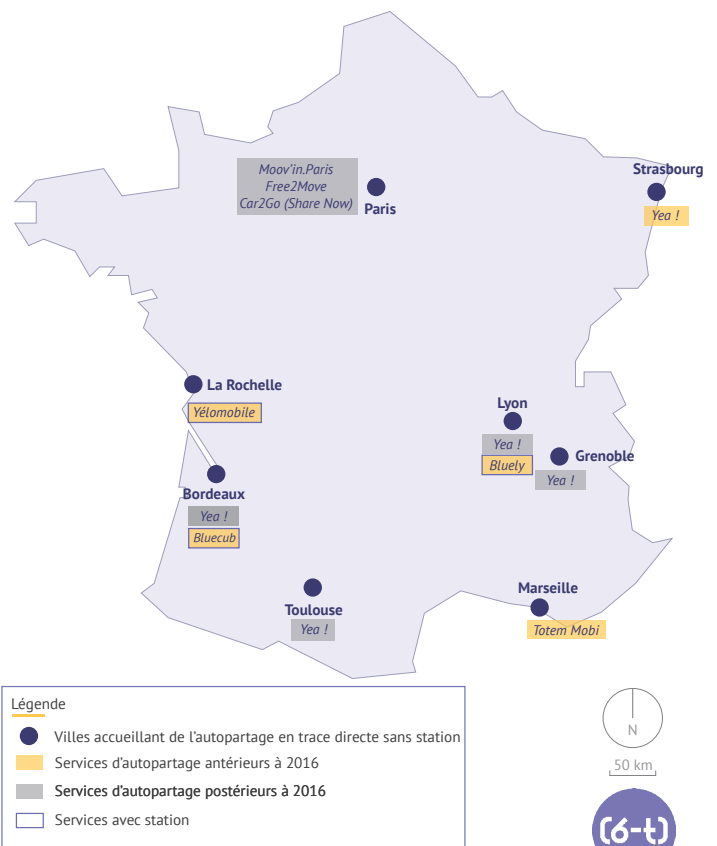
Recensement des services - Photographie au 1er octobre 2019



L'autopartage en boucle domine largement le marché de l'autopartage B2C en France, que ce soit en nombre d'opérateurs et ou en villes desservies.

### PRINCIPALES OFFRES D'AUTOPARTAGE B2C EN TRACE DIRECTE EN FRANCE

Recensement des services - Photographie au 1er octobre 2019



### DEPUIS 2016...

Entre 2016 et 2019, cinq services (AutoBleue, Autolib', Citiz IDF Ouest, Régionlib' et Koolicar) ont fermé. Dans le même temps, Citiz a continué à s'étendre, en lançant son offre en free-floating (Yea !).

En effet, la nouveauté depuis 2016 est l'émergence d'offres en free-floating. Celle-ci est portée par quatre opérateurs implantés dans un total de 7 villes.

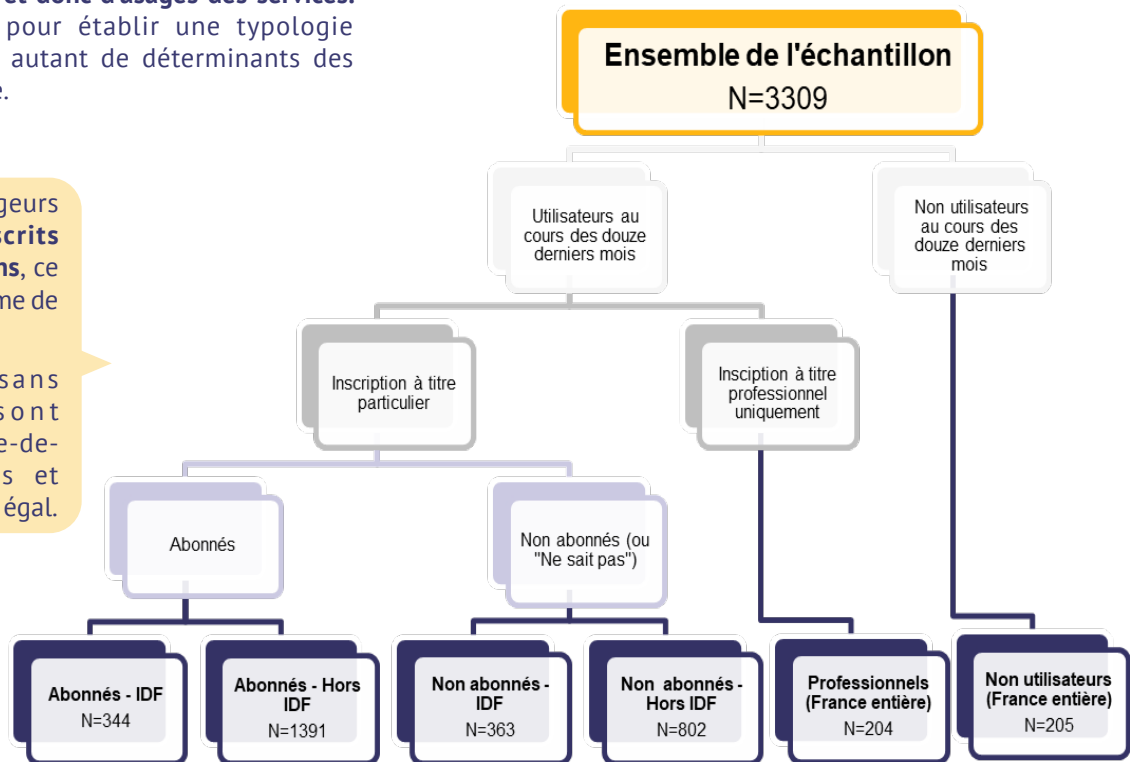
## Une diversité d'utilisateurs et de types d'adhésion aux services B2C

L'inscription à l'autopartage peut recouvrir une grande diversité de situations et donc d'usages des services. Les critères retenus pour établir une typologie d'autopartageurs sont autant de déterminants des usages de l'autopartage.

### Typologie des autopartageurs enquêtés

50 % des autopartageurs enquêtés sont **inscrits depuis moins de 2 ans**, ce qui traduit le dynamisme de ces solutions.

Les formules sans abonnement sont privilégiées, hors Ile-de-France où abonnés et non-abonnés font jeu égal.



## Une clientèle d'utilisateurs actifs toujours très spécifique

### + MASCULINE

55 % des autopartageurs sont des hommes (47% de la population\*). Cette surreprésentation est plus marquée parmi les utilisateurs franciliens (62 %), et la moins marquée parmi les professionnels (46 %).

### + URBAINE

75 % des utilisateurs sont résident dans les villes-centre des agglomérations. 21 % résident en banlieue. Seuls 4 % vivent dans le rural. Par comparaison, 40 % de la population française vit en ville centre.\*

### + d'ACTIFS

81 % des utilisateurs sont des actifs en situation d'emploi, principalement à temps plein (73 %, contre 8 % pour les temps partiels). La population active s'élève donc, en comptant les personnes en recherche d'emploi, à 85 % dans notre échantillon, contre 67 % en Île-de-France et 58 % dans le reste de la France\*.

### + de CADRES

Les actifs sont pour une large majorité (61 %) des cadres et professions intellectuelles supérieures. La part de cadre atteint entre 66% et 71 % en Île-de-France, selon la formule d'abonnement. L'échantillon diffère donc fortement de la population de France métropolitaine qui compte respectivement 29 % et 14 % de cadres en Ile-de-France et dans le reste de la France\*.

### + DIPLOMEE

86 % des utilisateurs sont diplômés du supérieur. Les autopartageurs sont donc largement plus diplômés que le reste de la population (respectivement 41 % et 26 % de diplômés du supérieur en Île-de-France et en province)\*.

### PAR RAPPORT À 2016...

...le profil des autopartageurs B2C n'a pas changé.

\* Les données de cadrage utilisées sont issues des bases INSEE 2015.

## Les grands alliés de l'autopartage : les transports en commun et le vélo

Les autopartageurs appartiennent à des ménages largement **non motorisés**, mais **usagers des modes alternatifs**. En Île-de-France, là où les transports en commun sont les plus efficaces, ceux-ci sont les principaux alliés de l'autopartage : 52% des autopartageurs les utilisent quotidiennement. **Dans le reste de la France, c'est le vélo qui est le meilleur allié de l'autopartage : 42% des autopartageurs l'utilisent chaque jour.**

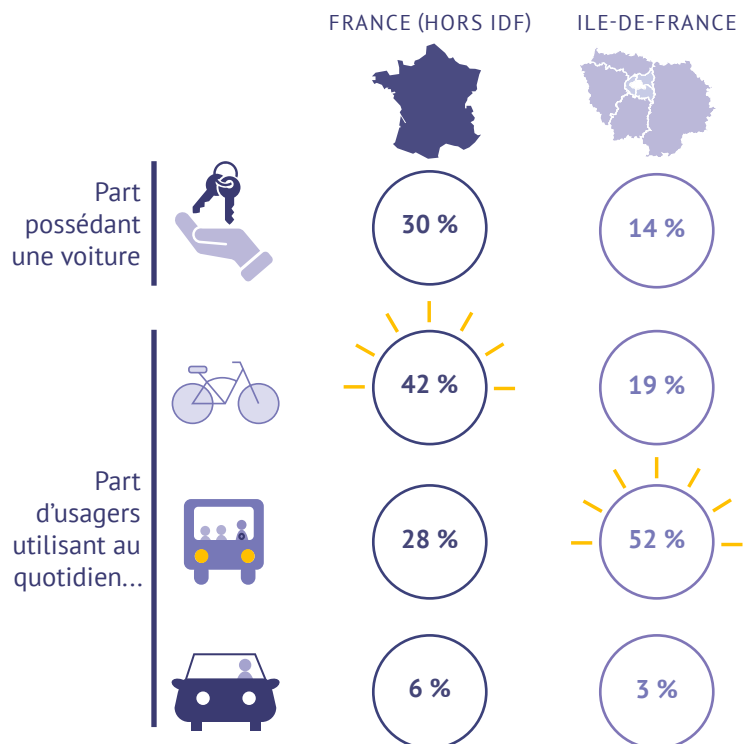
Pour les autopartageurs, la voiture, qu'elle soit particulière comme partagée, ne relève généralement pas d'un usage quotidien.

On observe donc une **forte association entre usage ponctuel de l'autopartage et usage du vélo ou des transports en commun pour les besoins de mobilité quotidienne.**

### PAR RAPPORT À 2016...

... les caractéristiques de la mobilité des autopartageurs B2C n'ont pas changé.

### Part des utilisateurs actifs de service d'autopartage B2C en fonction du lieu résidence



## Usages de l'autopartage B2C en 2019

Les cas d'usage majoritaires sont ceux qui répondent au positionnement stratégique de l'autopartage : des **locations de véhicules pour une courte durée pour circuler dans l'agglomération et pour des motifs non contraints** (visite à des amis, sorties, achats, etc.). Les inscrits à titre professionnel se distinguent par un usage pour des motifs liés au travail et des trajets plus fréquemment à destination d'une autre agglomération.

Au-delà de ce cas majoritaire, l'autopartage permet de **satisfaire une grande diversité de besoins de mobilité**. Les tarifs préférentiels dont ils bénéficient encouragent les usagers à avoir recours à l'autopartage pour des durées plus longues pour se rendre sur un lieu de villégiature hors de leur agglomération de résidence.

### PAR RAPPORT À 2016...

...l'usage de l'autopartage B2C n'a pas changé.

### DEPUIS 2016...

Une partie (12%) de l'échantillon interrogé en 2016 a pu être à nouveau interrogée en 2019. **Quatre autopartageurs sur dix ne changent pas leur fréquence d'utilisation de l'autopartage après trois ans.** Cependant, pour le reste, les diminutions d'utilisation sont deux fois plus nombreuses que les hausses, conduisant à une **diminution moyenne de la fréquence d'utilisation de l'autopartage au cours du temps.**

### Les locations d'autopartage B2C en 2019



### LES PRATIQUES SPÉCIFIQUES DES FRANCILIENS

Les Franciliens, particulièrement quand ils sont abonnés, se distinguent par des locations plus longues en temps comme en distance, et par conséquent plus onéreuses. En Île-de-France, seuls 24 % des abonnés et 39 % des non-abonnés présentent une durée de la dernière location inférieure à 4 heures.

## Un fort impact de l'autopartage sur la mobilité à l'échelle individuelle...

### Une réduction de l'usage de la voiture...

L'inscription à un service d'autopartage fait, en moyenne, **varier fortement à la baisse l'utilisation de la voiture personnelle** : -31% de jours d'utilisation.

En parallèle, elle incite généralement à **augmenter l'usage des principaux modes alternatifs à l'automobile** : le vélo (+10% de jours d'utilisation par mois), les transports en commun (+6% mois), et la marche (+3%).

**10 000 à 40 000** km en voiture

évités par autopartageur par an

### DEPUIS 2016...

La relative faible amplitude des changements constatés entre 2016 et 2019 nous permet de penser que **l'impact de l'autopartage sur les pratiques de mobilité est le plus souvent immédiat**, et les changements ultérieurs liés à des événements extérieurs à l'autopartage.

### ... et de sa possession

68 % des autopartageurs **inscrits à titre personnel** ont connu une expérience de démotorisation et **77% considèrent que leur ménage s'est séparé d'au moins une voiture parce que l'utilisation de l'autopartage était suffisante**. L'existence d'alternatives à la possession d'une automobile pèse de manière importante dans la décision de se démotoriser. **En province, le vélo est presque autant cité que l'autopartage comme déclencheur de démotorisation, les deux associés forment un levier particulièrement efficace de démotorisation.**

Les abonnés se démotorisent plus que les non-abonnés, et la démotorisation est plus forte en province qu'en Île-de-France.



Une voiture en autopartage remplace

**5 à 8** voitures personnelles et libère  
**1,5 à 3** places de stationnement en voirie

## ... mais un impact marginal à l'échelle de la mobilité des français dans son ensemble



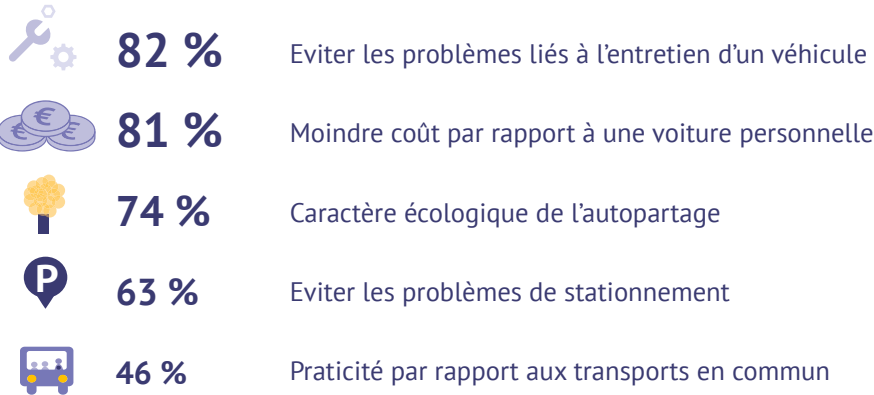
Une extrapolation à l'échelle de l'ensemble des autopartageurs permet de quantifier l'impact global de de l'autopartage en France en 2019. **Ces résultats encourageants à l'échelle de l'autopartageur restent marginaux à l'échelle de la France**, l'autopartage étant encore un service de niche.

Seul un **développement massif de l'autopartage** fera de ce mode un véritable levier pour une mobilité durable.

\* Les données de cadrage utilisées sont issues des travaux du CGDD (Chiffres clés du transport, Édition 2019) et de la Fédération Nationale des métiers du stationnement.

## Le cheminement vers l'autopartage en B2C

### Quels éléments ont compté dans votre décision d'adhérer à un service d'autopartage ?



Les motivations à l'adhésion sont résumées par l'adage « disposer d'une voiture sans ses inconvénients ». Les inconvénients perçus comme les plus gênants peuvent varier d'une situation à l'autre. Ainsi le stationnement est plus fréquemment évoqué par les résidents de région parisienne.

### Trois profils de déclenchement de l'adhésion

**27 %** des autopartageurs ont adhéré suite à un **changement dans leur vie personnelle** (déménagement, naissance, etc.)



Pour **37 %** des autopartageurs, **aucun événement particulier n'a déclenché l'adhésion**. Une volonté de changement mûrie sur le long terme ?

**36 %** des autopartageurs ont opté pour l'autopartage **au lieu de remplacer leur voiture en fin de vie**.

#### UNE PRATIQUE FAMILIALE

L'autopartage concerne essentiellement des ménages de plus d'une personne.

**29 %** des sondés déclarent qu'au moins une autre personne du ménage est utilisatrice d'un service d'autopartage. Le passage à l'autopartage est donc aussi affaire de transmission au sein d'un foyer.

## Zoom sur le service Getaround Connect (anciennement Drivy Open)

### LES SPÉCIFICITÉS DU SERVICE

Le service Getaround Connect permet du point de vue de l'utilisateur, l'accès à un service comparable à l'autopartage en boucle traditionnelle mais des différences notables existent :

- La flotte est **détenue par des professionnels et particuliers**, et non pas par Getaround
- La **durée de location minimale**, au moment de l'enquête, est de quatre heures. La location à l'heure est depuis permise par l'opérateur ;
- Il n'existe **pas de formule d'abonnement donnant accès à des tarifs préférentiels** à l'usage et la tarification varie en fonction de la demande (yield management) ;
- Les **frais de carburant** constituent, pour les clients une dépense calculée de manière séparée du prix de la location (ce dernier variant selon la durée et le nombre de kilomètres parcourus).



Les usagers Getaround partagent certaines caractéristiques des autres autopartageurs : **urbains, faiblement motorisés, CSP+, très diplômés**. Ils s'en distinguent par un **plus faible taux de féminisation, un âge moyen bien plus jeune**, et un taux de motorisation plus bas. Ils résident plus souvent en banlieue.



Ils utilisent **plus souvent l'autopartage pour des déplacements interurbains de moyenne à longue distance** et ont moins fréquemment recours à l'autopartage pour des besoins de mobilité locale. Cela peut être expliqué par le fait que Getaround Connect ne proposait pas encore la location à l'heure au moment de l'enquête.



L'**impact du service sur le vélo et les transports en commun est positif bien que plus faible** que celui des autres services. De la même manière, **l'impact du service sur la démotorisation est, à l'échelle de l'individu, plus faible**. Néanmoins, **du fait de la taille importante de sa flotte, le service Getaround Connect pèse pour près de 50% de l'ensemble des suppressions de véhicules personnels** identifiées dans cette étude.

## Perspectives

### Conquérir de nouveaux publics

L'impact de l'autopartage sur la motorisation et sur l'ensemble des comportements de mobilité est très important à l'échelle de l'individu. Cependant, **son usage est loin d'être répandu dans la société française. Aussi, ses impacts en matière de démotorisation, de libération de places de stationnement en voirie ou d'évitement de kilomètres, bien que positifs, n'ont qu'un effet marginal à l'échelle nationale.**

L'autopartage doit donc conquérir de nouveaux publics. Les **retraités**, en particulier les plus jeunes, constituent un large vivier à cibler de **personnes en mesure de s'affranchir de l'usage de la voiture au quotidien.**

Par ailleurs, les **populations les moins aisées sont actuellement sous-représentées** au sein des autopartageurs. La mésestimation des coûts de l'automobile en possession combinée à la « visibilité » de la tarification de l'autopartage peut constituer un important frein psychologique. Pour encourager l'adoption, le soutien de la collectivité pourrait prendre la forme d'une **tarification solidaire** (gratuité de l'abonnement sous condition de ressources, par exemple).

### Conquérir de nouveaux territoires

L'autopartage doit aussi conquérir de nouveaux territoires, en particulier **en banlieue immédiate des villes-centres.** Cependant, deux facteurs y rendent l'exploitation d'un service d'autopartage difficile sur le plan financier :

- les densités de population y sont faibles, conduisant à de plus faibles aires de chalandise des stations d'autopartage ;
- la dépendance à l'égard de l'automobile pour les déplacements du quotidien y est plus importante, réduisant la taille de marché de l'autopartage.

Si l'on sait que le développement des infrastructures de transports en commun en banlieue présente des perspectives limitées en raison du coût financier pour la collectivité, il en va autrement du vélo. **La présente édition de l'enquête nationale autopartage montre en effet la puissance du couplage vélo-autopartage comme alternative à la voiture individuelle.** Il convient donc, à la lecture de ces résultats, de considérer les interactions vertueuses de ces deux modes et de proposer des politiques intégrées en conséquence.

## Méthodologie de l'étude

### Une enquête quantitative au cœur du dispositif méthodologique



- Cette étude repose essentiellement sur une **enquête quantitative** auprès d'utilisateurs de l'autopartage en France.

- L'enquête quantitative a permis de recueillir un total de **3 777 réponses** d'utilisateurs des services Citiz, Clem', Modulauto, Communauto, Ubeejo, et Getaround Connect, partout en France.



- L'analyse se structure en trois parties : (i) une enquête « photographique », analysant les pratiques de 3309 usagers de Citiz, Clem', Modulauto, Communauto et Ubeejo ; (ii) une enquête longitudinale, portant sur 271 personnes ayant déjà participé à l'enquête de 2016 ; (iii) une enquête portant sur 467 usagers du service Getaround Connect (ex. Drivy Open).

### Un état des lieux et état de l'art pour une vision complète de l'autopartage



- En amont de cette enquête quantitative, **un état des lieux de l'autopartage en France et dans le monde** a été établi. Il permet d'obtenir une vue exhaustive de la structure de l'offre et des types d'opérateurs par zone géographique.



- Une **revue de la littérature scientifique** a également été menée de manière à recenser les résultats issus d'études tierces sur (i) les profils des utilisateurs de l'autopartage ; (ii) les modalités d'adoption et d'utilisation de l'autopartage ; (iii) les impacts de l'autopartage sur l'équipement automobile des ménages, les pratiques de mobilité et les kilomètres parcourus en voiture.

Le rapport complet est disponible sur notre blog : <https://6-t.co/enquete-autopartage-2019/>

Pour citer l'étude : 6t-bureau de recherche, 2019. Enquête Nationale sur l'Autopartage, Edition 2019.



Contact : [info@6-t.co](mailto:info@6-t.co)  
<https://6-t.co/>