

🏠 Accueil > Localisation > International > Pourquoi les trajets domicile-travail seront le sujet phare de 2016 ?

Pourquoi les trajets domicile-travail seront le sujet phare de 2016 ?

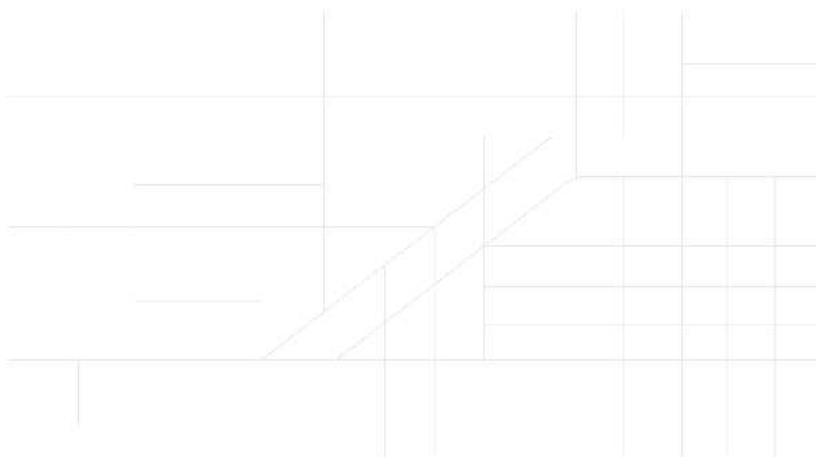
👤 Auteur : Arthur Groot 📁 Dans International, Urbanisme 🕒 25 mai 2016 💬 1 commentaire

Si l'on se penche sur le marché du transport, on observe depuis quelques temps un essor des services de transport collectifs urbains, habituellement pré carré de l'Etat. Des transports collectifs privés donc qui, à l'inverse du modèle économique des taxis ou VTC, visent à mutualiser les trajets entre plusieurs passagers sur de courtes distances. De nouveaux services fleurissent ainsi un peu partout dans le monde, et visent en premier lieu à satisfaire la demande pour les trajets domicile-travail (trajets désignés sous le nom de *commuting* en anglais). Petit état des lieux de ce marché qui peut-être LE sujet transport de cette année.

Les Etats-Unis ont toujours une longueur d'avance

De nombreux acteurs s'intéressent au sujet aux quatre coins du globe, à commencer aux Etats-Unis, où plusieurs startups se sont positionnées sur le créneau. Parmi elle Bridj, présente à Boston, Washington et Kansas City, ou encore Chariot et Ridepal, implantées à San Francisco. Elles proposent toutes les trois de réserver via une application smartphone une place à bord de bus effectuant des trajets domicile-travail réguliers. Elles mettent en avant auprès des utilisateurs une meilleure expérience pour leurs trajets quotidiens, et cherchent donc directement à se substituer aux transports publics.

On retrouve également sur ce terrain de jeu du « commuting » le mastodonte Uber qui mène depuis décembre 2015 les expérimentations UberHOP à Seattle [1] et Toronto [2], et UberCOMMUTE à Chicago [3]. Ces deux expérimentations se basent sur le même postulat, à savoir que sur des trajets quotidiens et réguliers domicile-travail, il y a tellement de demandes qui coïncident géographiquement et temporellement qu'il est possible de mutualiser les trajets, mais y apportent une réponse un peu différente. UberHOP permet ainsi de mutualiser les trajets de plusieurs personnes en leur donnant rendez-vous à des points de prises en charge indiqués dans l'application (des sortes d'arrêts de bus 2.0), alors qu'UberCOMMUTE s'adresse à des conducteurs particuliers effectuant leurs trajets réguliers, les incitant à de prendre des passagers en charge sur leur chemin, se rapprochant plus d'un système de covoiturage instantané. De même, sa rivale Lyft a mis en place un service expérimental de covoiturage [4], baptisé « Lyft Line » encourageant à mutualiser les trajets domicile-travail régulier. Disponible d'ores et déjà dans une quinzaine de villes américaines, ces trajets représentent selon Lyft 40% des trajets effectués via leur application et illustrent les fortes attentes sur le sujet dans les grandes métropoles.



Animation d'un service de transport collectif urbain et partagé / © UberHop

Le trait commun à toutes ces offres est qu'elles se sont implantées dans de grandes métropoles

américaines où le système de transport en commun est de qualité médiocre en comparaison à nos standards européens, les Etats-Unis restant le pays du « tout-voiture ».

Le postulat de ces startups est donc simple : d'un côté le système de transport public offre une qualité de service relativement médiocre, et d'un autre des utilisateurs voudraient utiliser des systèmes de transports mutualisés et non une voiture personnelle (pour des raisons économiques, écologiques ou encore pratiques). Pourquoi ne pas alors proposer un service concurrençant les transports publics, quasiment au même prix et de bien meilleure qualité ? Cette démarche est facilitée par la frontière beaucoup plus floue entre public et privé dans les pays anglo-saxons, où de nombreux services réputés « publics » en Europe ont été libéralisés et ne sont donc plus subventionnés. Les utilisateurs, habitués à payer « le prix fort » ne sont donc pas surpris de voir arriver de nouvelles offres entrant en concurrence avec les transports locaux.

En Asie, on passe à la vitesse supérieure

Sans surprise, c'est en Asie que l'on retrouve un fort essor de services de transports similaires, principalement pour faire face à une demande en plein boom qui se heurte à une offre de transport quasi-inexistante. A Singapour par exemple, Beeline est ainsi soutenue par les pouvoirs publics et a déjà monté 12 lignes de transport, ajustant son offre au fur et à mesure selon les demandes des utilisateurs. En Inde, ZipGo connaît également une croissance fulgurante, et a ouvert des lignes dans de grandes métropoles indiennes (Bombay, Bangalore, Jaipur ou encore New Dehli). Quiconque a déjà pris les transports en Inde comprendra pourquoi cette startup rencontre autant de succès auprès de la jeunesse indienne éduquée et urbanisée. La startup propose même un service réservé aux femmes [5] qui connaît un fort engouement face à l'insécurité qui règne dans l'espace public pour les femmes en Inde. Par ailleurs, ZipGo tient également un discours en faveur du désengorgement des voies et d'une prise de conscience environnementale, qui sera un enjeu majeur pour ce pays en pleine croissance économique et démographique. Si ZipGo s'est heurtée à une interdiction à Bangalore de la part de l'administration locale [6], elle a reçu un fort soutien de la part de ses utilisateurs et a pu poursuivre l'expansion de son service.



L'expérience ZipGo contraste fortement avec l'image habituelle que l'on se fait des transports en Inde / © Zipgo

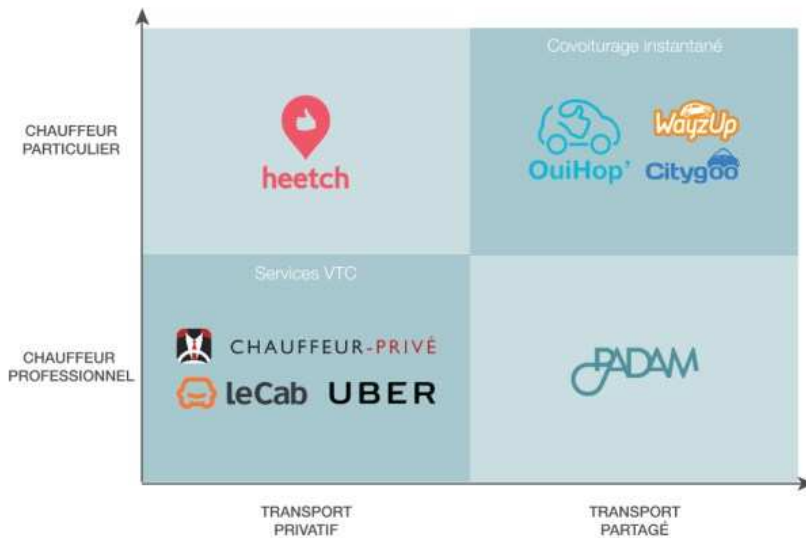
Le marché du transport chinois est également un terrain de bataille pour de nombreuses sociétés à cause de son potentiel astronomique. Un des plus gros acteurs sur ce marché est Didi Bus, un service de bus privé réservable par Internet, lancé par Didi Chuxing, leader du VTC en Chine. Didi Bus revendiquait déjà un nombre impressionnant de 500 000 utilisateurs peu après son lancement en Octobre 2015 [7], et un très fort potentiel de croissance. Comme dans le cas de ZipGo, Didi Bus profite d'une offre de transport publique très médiocre et inefficace pour se faire une place sur ce marché.

Et la France dans tout ça ?

Pour l'instant les initiatives sur le sujet particulier des trajets domicile-travail restent encore timides en France et en Europe. On retrouve à Paris et dans les grandes villes de province différents services locaux de covoiturage instantané (Wayzup, OuiHop ou encore CityGoo en Ile-de-France par exemple), qui s'assimilent à un modèle d'autostop 2.0. Ces services visent à instaurer un usage régulier de la part des conducteurs et des passagers, mais nécessitent une masse de conducteurs et de passagers très importante afin de réussir à concilier l'offre et la demande.

A côté de ces services collaboratifs existent les offres de VTC « classiques », concurrençant directement les taxis et visant un usage plus irrégulier. Peu de gens peuvent en effet se permettre de prendre un Uber tous les matins pour aller travailler. PadamBus développe un service : le Padam Daily, qui se situe à mi-chemin entre ces acteurs, en proposant une offre de transport à usage régulier s'appuyant sur des chauffeurs professionnels.

LE MARCHÉ DU TRANSPORT INTRA-URBAIN EN ILE-DE-FRANCE



Le marché du transport intra-urbain en Ile-de-France vu par Padambus / © Padambus

Pourquoi faire le choix de proposer un transport collectif alors qu'en France, et a fortiori en Ile-de-France, où l'offre de transport est beaucoup plus développée qu'aux Etats-Unis ou dans les pays émergents ? L'équipe de PadamBus est partis d'un constat assez simple : il existe en Ile-de-France une offre uniforme en terme de transport collectif, à savoir un transport peu cher (car subventionné, ne l'oublions pas), avec une couverture géographique étendue, et une (relativement) bonne qualité de service.

La seule alternative jusqu'à lors face à cette offre publique est la voiture personnelle (et par ricochet le covoiturage courte distance). Pourquoi dans ce cas ne pas proposer un second niveau de service dans le transport collectif, destiné aux utilisateurs plus exigeants ? Leur proposer une offre privée qui cohabiterait et compléterait l'offre publique existante ?

Si l'on établit un parallèle avec les trajets longue distance, la diversification des offres de transports est beaucoup plus évidente : il existe à la fois des offres « premium », confortables, rapides mais chères (avion, TGV), et des offres plus « low cost » (bus longue distance, trains Ouigo) ou des offres basées sur le principe de consommation collaborative (du type BlablaCar). Ces offres s'adressent à différents types d'utilisateurs ayant des besoins et des attentes différents. Pourquoi ne pas en faire de même pour les trajets courte distance ?

Article issu de notre réseau de contributeurs.
Auteur de l'article :Charline Balfourier, CMO chez Padambus

Références :

- [1] <https://newsroom.uber.com/us-washington/seattle-uberhop-routes/>
- [2] <https://newsroom.uber.com/canada/en/meet-uberhop/>
- [3] <http://www.uberpartnerschicago.com/ubercommute/>
- [4] <http://www.theverge.com/2016/4/5/11369826/lyft-line-carpool-new-cities-denver-philadelphia-seattle>
- [5] <http://www.officechai.com/news/zipgo-launches-women-only-shuttle-service-in-delhi-and-gurgaon/>
- [6] <https://www.change.org/p/help-zipgo-run/u/15330594>
- [7] <http://venturebeat.com/2015/10/19/ubers-china-rival-just-launched-didi-bus-its-internet-bus-booking-service/>

À PROPOS ARTHUR GROOT



Rédacteur Urbanews.fr Ingénieur - Urbaniste, Programmiste. "Perception humaine de nos villes ; ce sont les détails qui font l'urbanité."