



# LES SERVICES DE COVOITURAGE

# Table des matières

## Les services de covoiturage en 2024

le SMT fait le point suite à sa série de webinaires

<b>Edito</b> .....	3
<b>Introduction</b> .....	4
Contexte national.....	6
Les actions du SMT AML sur le covoiturage.....	6
Le SMT AML et les services de covoiturage : objectifs de cette synthèse.....	7
<b>1 L'autostop organisé</b> .....	8
1.1 Le principe de l'autostop organisé.....	9
1.2 Territoires de pertinence et cibles.....	10
1.3 Les différentes variantes du service.....	10
1.4 Aménagements associés à l'arrêt.....	11
1.5 Encadrement des usagers.....	12
1.6 L'animation et la communication.....	12
1.7 Coûts des services.....	13
1.8 Les acteurs privés du domaine.....	14
1.9 Les points à retenir.....	15
<b>2 Les plateformes de mise en relation anticipées</b> .....	16
2.1 Le principe de mise en relation anticipée.....	17
2.2 Territoires de pertinence et cibles.....	18
2.3 Les outils numériques.....	19
2.4 Les fonctionnalités et services proposés par les applications.....	21
2.5 L'incitation à la pratique.....	23
2.6 Le suivi de l'activité de covoiturage de la plateforme.....	25
2.7 L'animation et la communication.....	26
2.8 Coût des services.....	26
2.9 Les acteurs privés du domaine.....	27
2.10 Les points à retenir.....	30
<b>3 Les lignes de covoiturage à haut niveau de service</b> .....	32
3.1 Le modèle.....	33
3.2 Territoires de pertinence et cibles.....	35
3.3 Aménagements associés au déploiement.....	36
3.4 Mode de déploiement.....	37
3.5 Les services complémentaires.....	38
3.6 Le suivi d'usage.....	38
3.7 L'animation et la communication.....	38
3.8 Coût des services.....	40
3.9 Les acteurs des lignes de covoiturage.....	41
3.10 Intermodalité.....	42
3.11 Les points à retenir.....	43
<b>4 Conclusion</b> .....	44
<b>Regard Extérieur : Les limites du covoiturage dans la décarbonation des mobilités</b> .....	47



## EDITO

En proposant des options adaptées aux besoins des navetteurs dans les territoires ruraux et péri-urbains, les services de covoiturage s'inscrivent dans une démarche d'optimisation des trajets, et donc de l'usage des véhicules et des voiries, de réduction de l'empreinte écologique et de facilitation de l'accès à la mobilité pour tous. Ils répondent ainsi aux enjeux d'une mobilité plus responsable. Cependant, l'adoption généralisée du covoiturage soulève un ensemble de défis techniques, réglementaires, voire culturels : assurer la sécurité des usagers, garantir la fiabilité des services proposés, surmonter les réticences liées au partage de l'espace personnel ainsi qu'à la dépendance au conducteur.

D'autres enjeux sont à relever : une coordination étroite entre les différents acteurs impliqués pour la régulation de ces pratiques, l'intégration harmonieuse dans le paysage urbain des aménagements associés et la compatibilité avec les autres politiques publiques de mobilité.

Le SMT a tenté d'explorer les solutions servicielles du covoiturage existantes qui répondent à ces défis et enjeux en organisant 3 webinaires en partenariat avec l'agence Auvergne-Rhône-Alpes Energie Environnement - AURA2E. Chacune des séquences, qui se sont échelonnées entre juin et décembre 2023, se focalisait sur un service spécifique : l'autostop organisé, les services de mise en relation anticipée, les lignes de covoiturage à haut niveau de service. L'objectif recherché de cette série de webinaires du SMT AML était de croiser les retours d'expériences avec les attentes des territoires déjà engagés dans la mise en place de ces services. Ces webinaires s'inscrivaient dans la continuité du schéma de développement des aires de covoiturage élaboré par le SMT en 2022 et de sa charte associée, signée à ce jour par 20 membres et partenaires du SMT.

Le SMT AML a souhaité capitaliser sur la richesse des matériaux recueillis et sur son expertise acquise grâce au partenariat avec l'Agence Auvergne-Rhône-Alpes Energie Environnement, et les échanges réguliers avec ses membres, les territoires et les acteurs nationaux du covoiturage, publics et privés. Le dossier de synthèse proposé porte sur la pratique et le fonctionnement des services de covoiturage autour de trois grands chapitres correspondant au découpage thématique des webinaires. Cette synthèse intègre, autant que possible, les apports de nos partenaires et se veut la plus complète possible sans pour autant tendre vers l'exhaustivité scientifique.

Je suis heureux de vous faire partager cette nouvelle édition du SMT sur le covoiturage réalisée par les équipes du SMT AML. Je souhaite qu'elle puisse enrichir les réflexions des territoires sur ces offres de mobilité, faire évoluer la pratique du covoiturage auprès d'un public plus large et positionner ces services comme des offres de mobilité complémentaires aux offres déjà proposées aux habitants par les pouvoirs publics.

Xavier ODO, Président du SMT

# Introduction



1.1	Contexte national.....	6
1.2	Les actions du SMT AML sur le covoiturage ..	6
1.3	Le SMT AML et les services de covoiturage : objectifs de cette synthèse.....	7

Le covoiturage est une solution qui répond à certains besoins de mobilité des usagers, complémentaire aux autres modes de déplacements domicile-travail ou répondant à d'autres usages (déplacements pour les loisirs, administratifs,...). L'optimisation de l'utilisation d'un véhicule, en transportant plus d'une personne, permet d'agir directement sur la densité des flux, réduisant les émissions de gaz à effets de serre ou d'offrir une nouvelle solution de mobilité à des personnes éloignées des offres existantes. Cette pratique a porté une solution de mobilité alternative à l'autosolisme.

Nous abordons dans ce dossier la question du **covoiturage du quotidien** (en opposition au covoiturage longue distance), c'est-à-dire pratiqué sur des distances de 80km maximum et de manière plus régulière. Le covoiturage peut être planifié ou spontané (dynamique), deux types d'usages du covoiturage complémentaires, avec leur avantages et inconvénients.



### Les objectifs recherchés d'une politique publique en matière de covoiturage peuvent être de :



#### Diminuer le nombre de véhicules circulant sur les routes :

- Pour réduire la pollution / gaz à effet de serre (GES) ;
- Pour donner plus de place aux autres modes et en faciliter l'usage (voies bus, aménagements cyclables, trottoirs plus larges) ;



#### Faciliter les déplacements des personnes démotorisées :

- Lorsque les modes actifs ne sont pas adaptés (distance, relief) ;
- Lorsque l'offre TC ou ferroviaire n'est pas suffisante (capacité, diffusion/rabattement notamment sur les ZA/ZI ; horaires décalés...).

Les cibles du covoiturage du quotidien sont donc prioritairement les autosolistes sur les flux pendulaires ou à horaires décalés et les habitants des zones peu denses ou peu desservies.

## 1.1 Contexte national

Le covoiturage du quotidien représente moins de 1 % des déplacements effectués en voiture, soit environ 900 000 sur près de 100 millions de déplacements locaux effectués en voiture par les Français chaque jour en semaine selon l'enquête mobilité des personnes de 2019 (SDES).

Pourtant, le covoiturage représente un levier efficace, directement activable et à moindre coût pour agir sur la décarbonation de la mobilité des personnes. Alors que les voitures sont responsables de plus de 15 % des émissions de gaz à effet de serre en France métropolitaine<sup>1</sup>, le covoiturage pourrait permettre d'agir rapidement sur l'empreinte carbone des déplacements du quotidien.

Le plan national covoiturage, lancé par le Gouvernement le 4 décembre 2022, comporte quatorze mesures, autour de quatre leviers : la sensibilisation des usagers et les générateurs de flux (entreprises, administrations, événements culturels ou sportifs), les infrastructures dédiées, les services, et les incitatifs financiers.

**Les trois principales mesures du plan sont :**

<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Une prime de 100 € pour les conducteurs</b> qui se mettent à covoiturer régulièrement. Financée par le dispositif des certificats d'économie d'énergie (CEE), elle est versée aux conducteurs par les plateformes de covoiturage pour les inciter à démarrer le covoiturage sur la courte distance ;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Des campagnes locales d'incitation financière</b> aux covoituteurs - conducteurs et passagers - financées à 50 % par l'État via le Fonds vert ;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Le développement d'infrastructures de covoiturage</b> (aires, arrêts de lignes de covoiturage ou voies réservées), avec un soutien financier du Fonds vert.</li></ul>
---	--	--

Le SGPE (Secrétariat général à la planification écologique) identifie le covoiturage du quotidien comme un levier de décarbonation des mobilités, pouvant permettre en 2030 d'éviter 3 millions de tonnes de CO<sup>2</sup> par an. En 2023, première année de mise en œuvre du plan covoiturage, une importante progression du nombre de trajets effectués en covoiturage par plateforme est enregistrée (x 2,3 entre le premier semestre 2022 et le premier semestre 2023), cela reste néanmoins minoritaire par rapport au covoiturage informel, qui est lui difficile à mesurer. Les politiques publiques locales en faveur du développement du covoiturage se structurent et se massifient, avec l'appui financier du Fonds vert pour 263 projets en 2023.

## 1.2 Les actions du SMT AML sur le covoiturage

Depuis 2021, le covoiturage fait l'objet d'une réflexion partagée sur son développement à court, moyen et long terme, sur l'ensemble des territoires du périmètre de projets du SMT AML.

Dans ce cadre, différentes actions ont déjà été menées par le SMT AML :

- La réalisation d'un Schéma de Développement des Aires de covoiturage-SDAC- sur l'aire métropolitaine Lyon-St-Etienne à la demande de ses membres et conformément à la LOM, SDAC présenté lors du comité syndical du 22 octobre 2022 ;
- La mise en place d'une Charte de bonne pratique pour le développement des aires de covoiturage délibérée lors du même comité syndical du 22 octobre 2022 ;
- La réalisation d'un plan interactif des aménagements et services de covoiturage à l'échelle du large territoire de projets du SMT en 2023 ;

- La mise en place d'un protocole avec APRR-AREA pour partager les études sur la mise en œuvre de voies réservées sur les axes A42 et A43, leur articulation avec les offres d'intermodalité dans les corridors étudiés, en mobilisant les membres et partenaires du SMT AML concernés ;
- La participation et le soutien au projet de lignes de covoiturage initié par la Métropole de Lyon et les AOM concernées sur les 13 corridors autour de Lyon.
- Le lancement d'une expérimentation de suivi d'usage des aires de covoiturage avec 8 collectivités AOM partenaires sur 2024 et 2025 avec le soutien du Fond vert.

### 1.3 Le SMT AML et les services de covoiturage : objectifs de cette synthèse

Suite à ces différents travaux sur la question des aménagement le SMT AML s'est lancé dans la réalisation d'une série de webinaires dédiée aux services de covoiturage, réalisée entre juin et décembre 2023 en partenariat avec l'Agence Auvergne-Rhône-Alpes Energie Environnement. Les services analysés dans ces trois webinaires (disponibles en replay) sont "l'autostop organisé", "les plateformes de mise en relation anticipée" et "les lignes de covoiturage à haut niveau de service". Ils ont en commun d'offrir des alternatives variées à la voiture individuelle et de permettre le développement du covoiturage du quotidien.

Ce dossier a pour objectif de synthétiser dans un document unique l'ensemble des connaissances et retours d'expériences accumulées lors de ces webinaires mais aussi lors d'entretiens divers avec des acteurs du secteurs. Ce dossier, en s'appuyant sur des retours d'expériences concrets, entend fournir un éclairage sur les différents services de covoiturage existants et notamment sur leurs forces et faiblesses. Il vise à dresser un panorama le plus complet des potentialités et des défis associés au déploiement de ces nouvelles formes de mobilité partagée.



# 1 L'autostop organisé



1.1	Le principe de l'autostop organisé.....	9
1.2	Lieux de prédilection et cibles.....	10
1.3	Variante du service.....	10
1.4	Aménagements associés à l'arrêt.....	11
1.5	La création de la communauté.....	12
1.6	L'animation et la communication.....	12
1.7	Coûts des services.....	13
1.8	Les acteurs privés du domaine.....	14
1.9	Les points à retenir.....	15



## 1.1 Le principe de l'autostop organisé

Les services d'autostop organisés ont pour objectif de mettre en relation «passager» et «conducteur» de manière simple et sécurisée en bord de route. Il est régulier que ce type de service soit mis en place afin de sécuriser une pratique déjà existante sur un territoire : en l'affichant sur l'espace public et en l'encadrant elle est rendue plus visible.

Par rapport à l'autostop, ce type de service apporte un certain nombre d'aménagements et d'encadrement permettant de faciliter et sécuriser la pratique dans le temps :

- Une possibilité de définir une liste de destinations fixes qui peuvent également faire office de points de rencontre/départ ;
- Des solutions pour faciliter la communication de la destination du passager aux automobilistes ;
- Une institutionnalisation apportée par l'encadrement public, par la marque, le mobilier et la communication visant à élargir la pratique initiale de l'autostop informel.

Ce type de service fonctionne généralement **sur des distances courtes, à savoir inférieures à 20km**. Il repose habituellement sur la solidarité entre conducteurs et passagers, puisqu'aucun système de défraiement du conducteur n'est prévu. Ces services peuvent également être considérés comme une solution de mobilité solidaire.



**«Les réseaux d'autostop organisé ont pour but de sécuriser et d'amplifier les pratiques d'autostop libre afin d'en faire un mode de transport attractif et économique, en particulier en zone périurbaine et rurale.»**

La Fabrique des Mobilités

## 1.2 Territoires de pertinence et cibles

Les services d'autostop organisés sont particulièrement adaptés dans 2 cas de figure :

- En zone rurale, afin de fournir un service de mobilité à bas coûts aux personnes captives de la voiture et non motorisées, les jeunes notamment ;
- En zone péri-urbaine pour se rabattre sur un pôle multimodal ou sur une centralité de proximité. Ici aussi le public cible (côté passager) est un public principalement non motorisé, mais il peut s'élargir à des personnes motorisées sous réserve de la mise en place d'un service efficace.

L'autostop organisé est principalement utilisé pour des motifs de loisirs ou d'achat, mais cela peut s'élargir à des trajets «domicile-études» voire "domicile-travail" si la fiabilité du service est ressentie comme élevée par les usagers.

## 1.3 Les différentes variantes du service

Ce type de service peut prendre différentes formes selon la configuration du territoire et les pratiques de mobilité.

Dans un territoire rural diffus, l'autostop organisé se matérialisera par l'identification de points d'arrêt à partir desquelles toutes les destinations seront possibles. Le nombre d'arrêts étant souvent important, cela permet de faire connaître l'offre et d'offrir une multitude de possibilités de destination aux usagers, du fait qu'aucun axe fort ne ressort des habitudes de déplacement. C'est notamment le cas sur le périmètre du PETR Jeune Loire avec son service Mobi-pouce, présenté lors du premier webinaire du SMT AML sur les services de covoiturage.

Dans les territoires Périurbains, à proximité d'une centralité (ville moyenne, Pôle d'Échange Multimodal-PEM) ou contraint géographiquement (vallée notamment), le service prendra en général la forme d'une ou plusieurs lignes le long des axes forts. Dans ce type de configuration, les destinations possibles à partir d'un arrêt se situent exclusivement le long de l'axe où est implantée la ligne et sont souvent limitées (entre 2 et 5). Cela s'adresse en priorité aux trajets pendulaires entre les zones périurbaines et la centralité. C'est notamment le cas sur Grand Bourg Agglomération (également présents sur le premier webinaire), où le service prend la forme de ligne pour rejoindre le centre-ville.

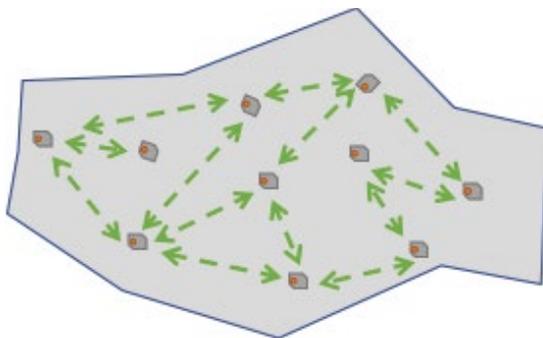


Figure 1 Schéma d'un service "destination libre"

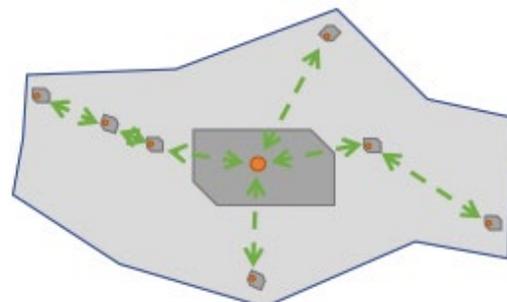


Figure 2 Schéma d'un service organisé «en ligne»

Un troisième cas de figure non représenté dans ces deux schémas est la desserte d'une zone touristique à travers un service d'autostop de type «ligne», à destination en priorité des touristes non véhiculés.

## 1.4 Aménagements associés à l'arrêt

La définition de l'emplacement des arrêts, ainsi que les aménagements associés peuvent avoir un impact important sur la qualité et la sécurité du service.

L'emplacement de l'arrêt doit être défini de manière à être à la fois **accessible facilement à pied pour les passagers**, mais également **un lieu de passage régulier pour les automobilistes**. Ces arrêts peuvent notamment être implantés :

- En cœur de village si une route fréquentée le traverse ;
- En sortie de village dans le cas d'un point de passage clé des automobilistes ;
- En lisière de village dans le cas d'un contournement routier du centre de ce dernier.

Dans tous les cas des cheminements piétons sont nécessaires pour rejoindre l'arrêt, voire des cheminements vélo si cela répond à une demande. Il faudra alors veiller à ce qu'une solution de stationnement existe.

La signalétique doit permettre de bien identifier le service et le point de prise du passager. Les panneaux de signalétique peuvent être simples et parfois s'appuyer sur du mobilier existant.

Un panneau plus imposant sera toutefois plus visible et valorisera le service.



Figure 3 exemple d'arrêt du service Rezo Pouce



### **Les arrêts choisis doivent être visibles pour permettre aux conducteurs d'anticiper leur arrêt,**

visualiser les passagers potentiels et sécuriser le retour du véhicule dans le trafic.

La zone d'arrêt elle-même doit être sécurisée pour faciliter la prise en charge d'un passager : un arrêt de bus existant, des places de stationnement banalisées ou un rebord routier aménagé répondent à ce cahier des charges.

### **Pour les arrêts situés sur des centralités ou au sein des PEM, il est nécessaire de choisir un lieu qui ne nécessite pas de détour de la part des automobilistes.**

Une sortie de parking de gare ou un arrêt en amont d'un feu de circulation sont des lieux opportuns.



Figure 4 Exemple d'un arrêt sur le service Covoit'Go de Grand Bourg Agglomération



Figure 5 Exemple d'un arrêt du service d'Halt-Ô-Stop

Certains services, et plus particulièrement ceux organisés sous forme de ligne, peuvent intégrer des panneaux dynamiques, qui, en plus de signaler l'arrêt, affichent de manière dynamique les destinations souhaitées des usagers et facilitent ainsi la décision des conducteurs de s'arrêter. En figure 4, l'exemple de Grand Bourg Agglomération qui dispose de panneaux dynamiques équipés d'un boîtier avec des boutons-poussoirs permettant de choisir sa destination. Cette signalétique dynamique ne nécessite pas de raccordement électrique en raison de son fonctionnement sur batterie couplée à un panneau solaire.

Un panneau dynamique coûte environ 10 000€ pièce. Il s'agit d'une évaluation à date. Un panneau de signalisation simple peut revenir à moins de 300€ TTC l'unité, pose comprise (dans le cas de l'équipement d'un nombre important d'arrêts, et donc d'économies d'échelle).

## 1.5 Encadrement des usagers

Ce type de service est simple d'utilisation et ne nécessite pas d'outil numérique ni même forcément d'une inscription en amont. Cette dernière reste cependant recommandée dans le cas d'un service sans panneau dynamique. En effet, sans ces derniers, l'inscription des usagers est un des seuls moyens d'avoir un suivi du nombre d'usagers potentiels du service, ainsi que de son évolution<sup>2</sup>.

Également, la mise en place d'une inscription en amont permet :

- De rassurer les conducteurs et passagers sur la vérification des personnes avec qui ils covoitureront en fournissant des signes distinctifs aux inscrits (vignette pour voiture, carte de membre, etc...) ;
- De fournir aux passagers des éléments sécurisant ou facilitant sa pratique : bandeaux réfléchissants, ardoise ou feuille plastifiée pour indiquer sa destination ... ;
- De fournir des éléments de communication favorisant la publicité et la connaissance du service ;
- D'avoir une liste de contact d'usagers pour adresser des informations, sondages, etc...

Un des derniers avantages de la mise en place d'un système d'inscription est la possibilité de créer une "communauté d'usagers", point important dans l'animation d'un service.

Cette création de communauté peut également se constituer à travers les réseaux sociaux : création de groupe Facebook par exemple, ou chacun pourra poser ses questions et partager ses expériences. Il est aussi possible d'adosser ces communautés à une application mobile. C'est notamment possible sur le service régional de covoiturage Mov'Ici (Auvergne-Rhône-Alpes) qui permet la gestion de communautés. La constitution d'une communauté est un élément important pour faire vivre l'autostop organisé, qui repose, pour rappel, sur la solidarité entre conducteurs et passagers potentiels.

Un système d'inscription peut aussi générer quelques contraintes : frein à l'usage, gestion des inscriptions, coûts supplémentaires, etc. Ces éléments seront à anticiper pour minimiser leur impact sur l'usage et la gestion du service.

## 1.6 L'animation et la communication

L'animation et la communication sont des éléments clés pour la réussite de l'ensemble des services de covoiturage. Il est nécessaire de préparer ces éléments en amont du lancement du service et dans la durée. On estime le besoin d'animation entre 0.25 et 0.5 ETP selon la taille du territoire couvert.

<sup>2</sup> Il existe des moyens de suivi plus ponctuel pour suivre l'usage : comptage à l'arrêt (nécessite de rester longtemps ou d'avoir un moyen de comptage technique avec l'incertitude sur l'objet de l'attente à l'arrêt) ou via des sondages auprès de personnes passant devant l'arrêt (pour avoir une indication du nombre de personnes déjà vues par d'autres à l'arrêt).

## 1.6.1 Communication

Afin de communiquer et de faire connaître le service, il est important d'aller au contact des publics ciblés, sur les lieux ou sites qui permettront de les toucher : associations, entreprises, structures d'accompagnement des personnes (France Travail, CAF, ...) ou établissements scolaires / universitaires. La participation à des événements locaux (marchés, festival, brocantes, ...) constitue également un bon levier de communication pour sensibiliser les usagers potentiels, comme le partage d'expériences des premiers usagers.

Il est également important de construire un plan de communication et d'identifier les canaux pertinents pour parler régulièrement du service (presse, radio, magazines des collectivités, sites web, etc).

Les retours d'expériences montrent que le bouche-à-oreille est un vecteur non négligeable, notamment dans le cadre de services locaux, d'où l'intérêt de parfois cibler plus large, notamment au travers de la presse locale.

## 1.6.2 Animation

L'animation consiste à faire vivre la communauté d'usagers, mais aussi accompagner la pratique (cf partie 1.5). Elle s'appuie sur les réseaux sociaux, les campagnes de mailing ou les diverses animations à l'attention des usagers.

Afin de faciliter la pratique, l'accompagnement des personnes dans leur premier usage du service peut permettre de les rassurer. Cela peut se faire par le biais de la structure en charge de l'animation du service, ou par un point de contact (réseau d'ambassadeurs, bénévoles, etc).

La communication / animation représente potentiellement la part la plus importante du budget de ces services et relève de dépenses de fonctionnement, dont le coût total **reste néanmoins accessible par rapport à d'autres services de mobilité. Ce volet est fondamental pour la réussite d'un service.**

## 1.7 Coûts des services

Pour résumer, les différents postes de dépenses liés à l'installation de ce type de service sont :

### FONCTIONNEMENT

- Animation (atelier auprès du public cible, point info, communication continue)
- Entretien des équipements (si mise en place de panneaux dynamiques)
- Kits de covoitureur (si inscription au service)
- Communication (presse, imprimé, site web, réseaux sociaux...)

### INVESTISSEMENT

- Signalétique (panneau simple ou dynamique)
- Aménagement des arrêts – selon les services (stationnement, travaux de VRD au besoin, réalisation de cheminement piéton si nécessaire)



Figure 6  
Exemple de kit covoitureur - service Mobi Pouce - PETR Jeune Loire

La mise en place de l'autostop organisé coûte entre 10k€ et 100k€ pour l'investissement, selon les éléments mis en place. Ces projets peuvent bénéficier de subventions locales (Aides départementales, régionales) ou nationales (Fond vert, ADEME, programme CEE, ...). Le coût d'exploitation/fonctionnement de ces services est assez faible : peu de frais d'entretien, et le service ne repose pas sur une plateforme numérique à maintenir. Il correspond principalement aux dépenses de communication et d'animation. Ces services peuvent être délégués à un opérateur, du fait de sa simplicité, être développé directement par les ressources propres d'une collectivité si elle dispose des moyens humains pour piloter et animer le service, réaliser les actions de communications associées.



## 1.8 Les acteurs privés du domaine

Dans le cas du recours à un acteur privé, la collectivité peut se faire accompagner soit sur des points spécifiques comme le choix des arrêts, dans les actions de communications ou plus globalement dans la définition et la mise en œuvre du projet. Les deux principaux acteurs (plus d'un partenaire) proposant la mise en place globale de ces services sont les suivants :



• **Rézo Pouce** : Cette marque, désormais intégrée au sein de la coopérative MOBICOOP, est spécialisée dans l'autostop organisé. Dans le cadre de son accompagnement, MOBICOOP établit une cartographie des arrêts adaptés au territoire et au besoin initialement identifié. Elle propose une offre d'accompagnement à la mise en place du service. Sa spécificité est d'intervenir principalement en zone rurale avec un service d'autostop organisé simple (avec ou sans panneau dynamique), qui peut être complété par une application mobile. Rézo Pouce peut gérer la mise en place d'une communauté d'utilisateurs, les inscriptions, ainsi que la mise à disposition de "kit usagers".



• **Ecov** : Ecov est une entreprise spécialisée dans les services de lignes de covoiturage, avec des modalités et des niveaux de services différents selon les configurations. Elle propose des études d'analyse du potentiel des territoires permettant de déterminer la solution de mobilité partagée la plus pertinente. Elle se distingue par la proposition d'équipements spécifiques au niveau des arrêts tels que les panneaux dynamiques qui permettent aux passagers situés à l'arrêt d'indiquer leur destination par le biais de boutons-poussoirs présents sur le mât du panneau (voir ci-dessous). Les services d'Ecov sont mis en place sous forme de ligne de covoiturage spontané, dans l'objectif de desservir plutôt une centralité ou un PEM, et avec une communication axée autour du covoiturage et des transports en commun plutôt que de l'autostop.

Il existe d'autres acteurs privés, comme notamment Halt-Ô-Stop, mais aussi des bureaux d'études ou des associations qui peuvent accompagner les collectivités sur certaines étapes spécifiques de la mise en place du service :

- Les études de mobilité / potentiel amont ;
- La communication et l'animation autour du projet ;
- La fourniture de mobiliers / panneaux à installer aux arrêts ...
- L'aménagement des arrêts / des cheminements piéton.



Figure 7 exemple bouton poussoir sur mât

## 1.9 Les points à retenir

Globalement les services d'autostop organisé sont des services simples et peu coûteux à mettre en œuvre et qui peuvent répondre à un réel besoin sur certains territoires, avec une gestion potentiellement internalisée au sein de la collectivité compétente.

Sa simplicité combinée à son faible coût permet de faciliter la mise en place d'une expérimentation du service sur une période donnée et d'ajuster selon les premiers résultats obtenus.

Cependant, comme l'ensemble des services de covoiturage, la **réussite de cette offre dépend en grande partie de la communication et de l'animation autour du service**, que ce soit en amont de son lancement, à son ouverture, mais également tout au long de son exploitation. Cela nécessite une présence terrain, la création de communautés, des supports visuels, recruter des conducteurs et accompagner les passagers, ... **Certaines actions s'inscrivent dans le temps long**, comme la constitution d'une communauté de covoituteurs actifs, dont l'obtention est très peu probable sans animation.



**Le choix de l'emplacement des arrêts** est un autre facteur de réussite déterminant du service.

**L'autostop organisé est complémentaire aux autres offres de mobilités** proposées sur un territoire, y compris à d'autres services de covoiturage.

Ses limites résident dans la faible «assurance» de départ pour le passager qui repose uniquement sur la solidarité des conducteurs et dans la difficulté de suivi de l'usage pour la collectivité.

Dans le cas du choix d'une signalétique simple, les seules données disponibles/exploitable pour la collectivité reposent sur les inscriptions en amont de l'utilisation du service. La mise en place de panneaux dynamiques à boutons-poussoirs produit des données supplémentaires : destinations demandées, lieux de départ, heures d'usage.

### CONSEILS

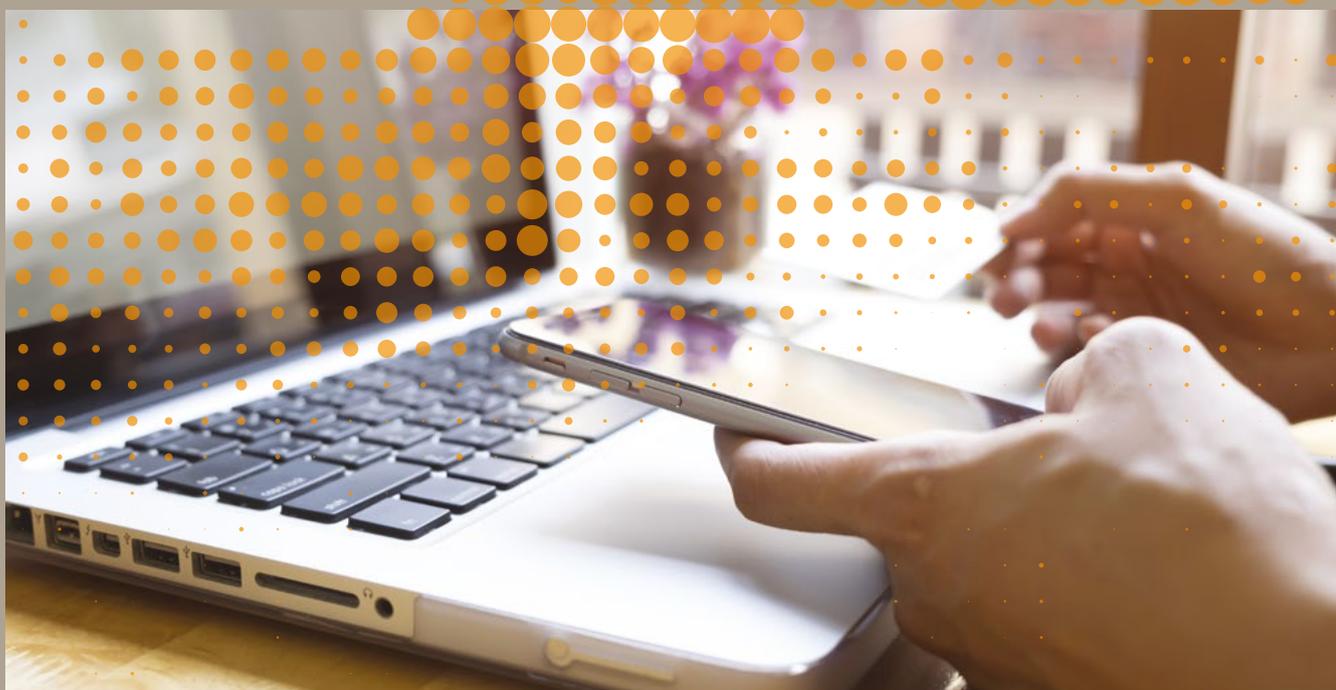
**Il est préconisé de réaliser des enquêtes usagers pour permettre le suivi des usages et connaître les attentes des covoituteurs.**



#### **Exemple de services mis en place sur des territoires :**

- Mobipouce - PETR "Pays de la Jeune Loire"
- Covoit'Go - Grand Bourg Agglomération (Ecov)
- Synchro Covoiturage - Grand Chambéry (Ecov)
- RezoPouce - La liste sur <https://www.rezopouce.fr/page/villes-du-reseau>
- HALT ô STOP - Massif du Sancy

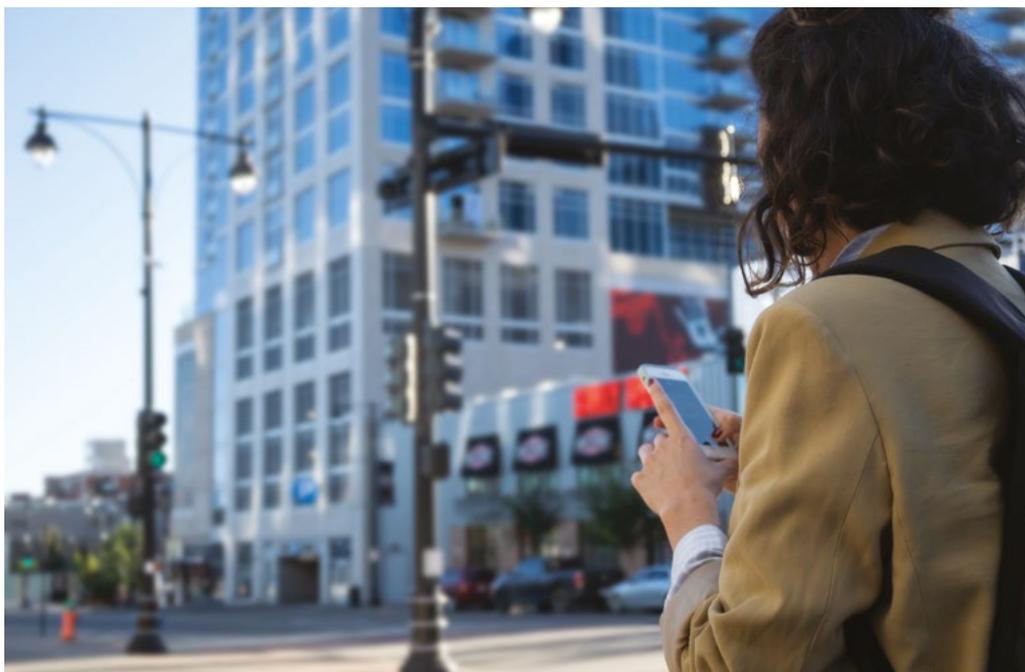
# 2 Les plateformes de mise en relation anticipée



2.1	Le principe de mise en relation anticipée.....	17
2.2	Périmètre et cibles.....	18
2.3	Les outils numériques.....	19
2.4	Les fonctionnalités et services proposées par les applications.....	21
2.5	L'incitation financière.....	23
2.6	Le suivi de l'activité de covoiturage de la plateforme.....	25
2.7	L'animation et la communication.....	26
2.8	Coût des services.....	26
2.9	Les acteurs privés du domaine.....	27
2.10	Les points à retenir.....	30

# 2

Les plateformes de mise en relation anticipée



## 2.1 Le principe de mise en relation anticipée

La plateforme de mise en relation anticipée (ou planifiée) est le service le plus connu car il se rapproche du système utilisé sur le covoiturage longue distance.

Ce mode de mise en relation nécessite une anticipation du trajet par les usagers afin de trouver des conducteurs ou passagers réalisant la même origine / destination, ou du moins une partie du trajet, au même moment.

Contrairement aux plateformes de mise en relation dynamique, les covoitureurs connaissent à l'avance les personnes qui partageront le trajet, l'horaire précis du rendez-vous ainsi que la participation demandée (s'il en a) pour les passagers.

Les plateformes permettent d'atteindre une masse critique d'usagers pouvant partager des trajets en ne se limitant plus à son unique entourage (famille, amis, collègues, voisinage...) grâce à une mise en relation de passagers et de covoitureurs qui ne se connaissent pas. Elles facilitent les échanges et les transactions financières. Elles apportent un cadre de confiance et de sécurité pour les usagers, mais également aux collectivités avec la production d'une preuve de covoiturage (de différente classe, A, B ou C<sup>4</sup>) certifiée par le Registre National de Preuve de Covoiturage. Elles peuvent offrir des services complémentaires comme le suivi de l'usage pour les collectivités, l'assurance retour pour les passagers, le reversement d'incitation financière, et d'autres services.

***"Le covoiturage anticipé ou planifié définit à l'avance, souvent avec le même équipage, un rendez-vous. Cette forme peut être déclinée en une forme plus flexible où le passager peut changer d'équipage facilement via une application. Il y a à chaque fois demande et acceptation de trajet, définition d'un lieu et d'une heure de rendez-vous et un engagement sur le trajet."***

La Fabrique des Mobilités

4 Plus d'informations ici : <https://doc.covoiturage.beta.gouv.fr/nos-services/le-registre-de-preuve-de-covoiturage/quest-ce-que-cest/classes-de-preuve-and-identite/classes-a-b-c>

## 2.2 Territoires de pertinence et cibles

Ce type de services s'adressent prioritairement aux personnes se déplaçant sur des origines/destinations régulières à horaires fixes et anticipables. Cela concerne donc une part importante des trajets domicile-travail et domicile-étude, motifs pour lesquels l'autosolisme est le plus haut (proche de 1 personne par voiture). Les applications proposent néanmoins maintenant plus aisément à l'usager de modifier ses horaires et destinations de trajet pour un usage plus flexible du service.

La force d'une application de mise en relation anticipée repose sur son nombre d'inscrits actifs, et donc sur le nombre de covoitureurs potentiels. Aussi, il est nécessaire d'atteindre une masse critique d'usagers compatibles entre eux pour avoir un service qui fonctionne. À défaut, le risque est d'avoir un usager qui ne trouverait pas de covoiturage pertinent et qui ne reviendrait pas sur l'application. Plus que le nombre d'inscrits, c'est aussi l'aspect "qualitatif" des usagers qui importe, à savoir des personnes qui réalisent des trajets quotidiens pertinents pour du covoiturage.

Les bassins de vie dépassent souvent les périmètres administratifs, aussi il est préférable de ne pas limiter la zone géographique de déploiement d'un tel service à une zone trop limitée (ce qui empêcherait par ailleurs la réalisation d'économie d'échelle sur la communication).

**Il est également préférable de prioriser en premier lieu les zones qui ont le potentiel de covoiturage le plus élevé, notamment :**

- Les Zones d'Activités Économiques (ZAE) hors zone urbaine dense ;
- Les campus avec une offre de TC limitée ;
- Les grands employeurs d'un territoire (>1000 salariés) disposant d'une offre TC limitée.

Ces zones sont de forts générateurs de déplacement, en général en voiture individuelle, avec une probabilité accrue pour les passagers et les conducteurs de trouver un partenaire de trajet compatible.

Les trajets "périurbains – centralité urbaine", pour des motifs domicile-travail, ne disposant pas ou peu de solutions TC, sont également des cibles de choix puisque la contrainte du stationnement à destination peut-être un catalyseur à covoiturage.



**Les "générateurs" de déplacements disposant d'une offre de stationnement large ne favorisent pas le covoiturage du fait de la facilité à stationner offerte aux autosolistes.**

**Il peut être intéressant sur ces lieux de réguler l'offre de stationnement en la réduisant ou en réservant les meilleures places aux covoitureurs afin de favoriser la pratique.**

### CONSEILS

*Une campagne de communication plus large peut également permettre de faire connaître le service, en touchant d'autres usagers potentiels et en favorisant le bouche-à-oreille, qui reste un important vecteur de communication/information sur le service.*

## 2.3 Les outils numériques

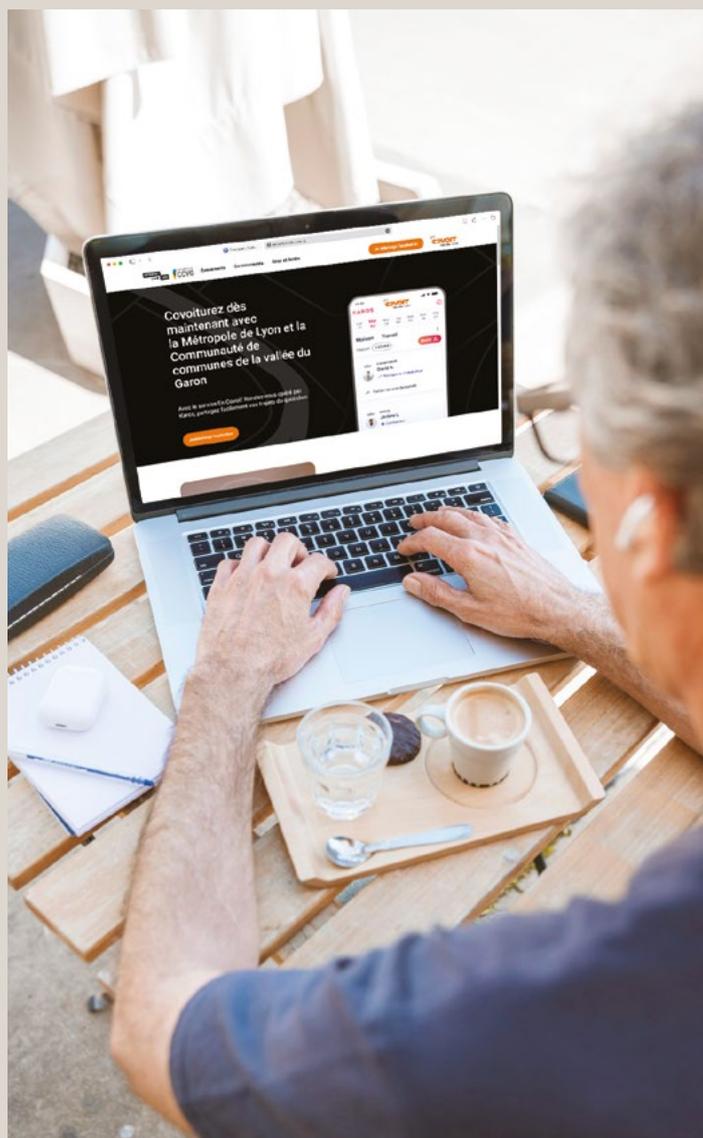
Les plateformes de mise en relation anticipée se matérialisent sous la forme d'un outil numérique, accessible soit par un navigateur web, soit par une application mobile ou les deux.

Trois situations identifiables pour le développement de ces outils :

- Une plateforme développée par un acteur privé, accessible au niveau national (voir "Les acteurs privés du domaine"), avec la possibilité de légères adaptations locales (marque grise) ;
- Une plateforme développée par ou pour une collectivité, qui ciblera des trajets sur son territoire uniquement (ou sur un périmètre encore plus restreint), selon son cahier des charges ;
- Une solution de mise en relation spécifique à une zone d'activité, ou à un site ciblé, accessible uniquement par les usagers du site en question (étudiants pour un campus, employés pour une entreprise, etc ... ). C'est une solution de moins en moins mise en place.

## 3 CRITÈRES DE DIFFÉRENTIATION DES SOLUTIONS :

- 1 **Le périmètre de déploiement du service** : il joue directement sur les méthodes de communication et d'animation déployées ainsi que leur impact.
- 2 **La popularité déjà existante de l'outil** : l'enjeu principal d'une plateforme de mise en relation étant d'attirer conducteurs et passagers, si l'outil utilisé repose sur une marque (de l'opérateur de covoiturage ou propre à la collectivité) dont la notoriété est avérée voire utilisée par le public cible, cela peut favoriser le déploiement du service. Cependant, l'usage d'une marque reconnue sur un territoire n'est pas forcément synonyme de réussite du service, car la question du ciblage des covoituteurs potentiels est tout aussi importante.
- 3 **La possibilité de personnalisation de l'outil** : un outil développé pour un territoire est plus facilement personnalisable aux besoins du maître d'ouvrage. Cela permet également de garder la main sur l'ensemble des données usagers (en opposition à celles d'usage, qui sont, elles, généralement partagées). La contrepartie est l'investissement significatif, les limites liées à la capacité de développement logiciel et des retours d'expériences réduits au seul territoire. Un outil développé spécifiquement pour un territoire risque de souffrir d'une plus faible "intuitivité" à l'usage, du fait des moyens de développement plus faible que ceux détenus par les acteurs privés spécialisés.



## ÉVOLUTION DES PLATEFORMES DANS LE TEMPS

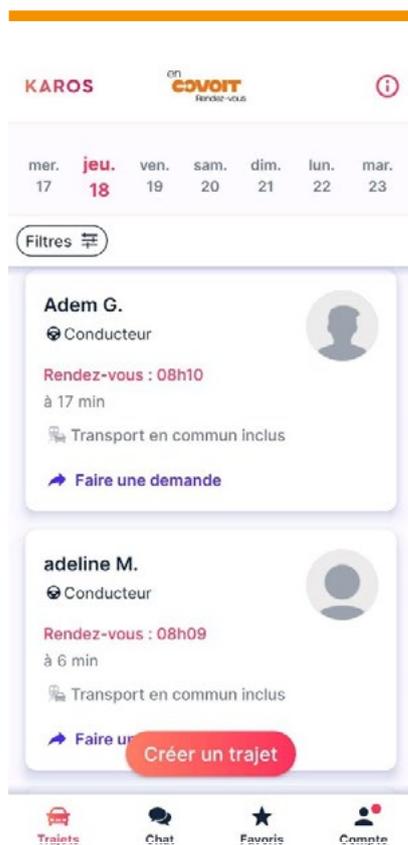


Figure 8 application Karos aux couleurs du service En Covoit' Rendez-vous (Métropole de Lyon et d'autres AOM membres de SYTRAL Mobilité)

**Les années 2000** ont vu le développement des premières plateformes de covoiturage du quotidien, souvent commandées par les collectivités pour leur territoire. Un des principaux problèmes rencontrés par ces collectivités était le faible nombre d'usagers des plateformes, qui a souvent conduit à leur fermeture.

Les raisons de l'échec étaient en partie dues au manque de communication et l'absence de pertinence du périmètre géographique, réduit aux limites administratives des intercommunalités. Or, il est rare qu'un trajet covoituré se cantonne au seul périmètre administratif d'une EPCI. La distance moyenne parcourue par les usagers d'aires de covoiturage est de 50km par trajet<sup>5</sup>. Les données récentes de l'Observatoire national du covoiturage, sur lequel remonte l'ensemble des trajets covoiturés via des plateformes, indiquent une distance moyenne autour de 25-30 km.

**Ces 10 dernières années**, le nombre de plateformes s'est drastiquement réduit, avec une réorganisation du marché, reposant pour partie sur un nouveau modèle : le partenariat / contractualisation entre collectivités et plateformes privées. L'autorisation de versement d'incitations financières à travers la loi LOM, en 2019, a pu jouer un rôle de catalyseur dans ce développement.

Le principe est simple : la collectivité s'appuie sur une (ou plusieurs) plateforme privée de covoiturage déjà existante sur son périmètre. Elle bénéficie de cette manière des acquis en termes d'usagers déjà inscrits et du savoir-faire de ces plateformes. La présence d'usagers déjà inscrits sur ces plateformes est notamment liée à la construction de partenariats directs entre ces dernières et les entreprises souhaitant, à travers toute la France, inciter leurs salariés à covoiturer.

La collectivité fait la promotion de la ou les plateformes privées de son territoire (à travers la marque nationale du service ou d'une marque locale choisie par l'AOM), tout en profitant des actions de promotions nationales que peuvent porter ces acteurs privés.

Certains acteurs proposent aux collectivités la création d'un "portail" propre au territoire, équivalent à une marque grise, qui permet de mettre en partie la plateforme aux couleurs de la collectivité (voir exemple en Figure 8), en contrepartie d'un coût supplémentaire.

Les limites du partenariat entre les collectivités et les plateformes privées est l'impossibilité ou la grande complexité à exiger des modifications logicielles/fonctionnelles au gestionnaire de la plateforme, et le peu de contrôle sur les données personnelles usagers si la collectivité souhaite par exemple récupérer ces dernières pour changer d'opérateur.

Un standard d'interopérabilité a été proposé par les opérateurs sous l'égide de la Fabrique des Mobilités et avec le concours initial du GART. Son nom est OCSS pour Open Carpooling Service Standard. Son objectif est de permettre aux Maîtres d'ouvrage qui le souhaitent d'interroger plusieurs bases de données de covoiturage de la même manière, et le cas échéant de permettre depuis l'appli d'un opérateur, public ou non, de rentrer en contact avec les covoitureurs des autres applis. Cependant, aujourd'hui, le modèle économique des opérateurs bloque parfois la mise en place d'un tel service. Si des solutions économiques étaient trouvées, ce standard pourrait aider à moyen terme, à maximiser le nombre de mises en relation en élargissant la base d'usagers.

## 2.4 Les fonctionnalités et services proposés par les applications

### 2.4.1 Fonctionnalités

Voici une liste de fonctionnalités, non exhaustive, qui peuvent être proposées par les plateformes de mise en relation anticipée directement dans leur outil numérique.

- **Une messagerie interne** permettant aux usagers d'échanger des messages entre eux au sujet d'un trajet ;
- **Un système de paiement en ligne pour le passager (porte-monnaie électronique)** : ce système de paiement intégré permet au conducteur de percevoir le partage de frais et au passager de payer dans l'application les trajets.
- **La géolocalisation des aires de covoiturage et P+R du territoire couvert** : le système peut permettre de paramétrer des aires de covoiturage et parkings P+R présents sur le territoire couvert par le service afin de proposer ces aires comme lieux de rencontre entre conducteurs et passagers, lorsque le trajet de covoiturage est à proximité.
- **La possibilité pour la collectivité de communiquer auprès des utilisateurs de l'outil** : certaines applications permettent la diffusion de messages d'information " grand public" à destination de toutes les personnes ayant téléchargé l'application et faisant partie du périmètre éligible de la Collectivité. Ces messages concernent des règles de covoiturage à respecter, des informations sur le trafic, etc.

### 2.4.2 Intermodalité

La plupart des trajets actuellement réalisés via les plateformes de mise en relation anticipée sont de porte à porte. Toutefois, certains services proposent des modules permettant de faciliter l'intermodalité covoiturage/TC jouant ainsi sur leur complémentarité.



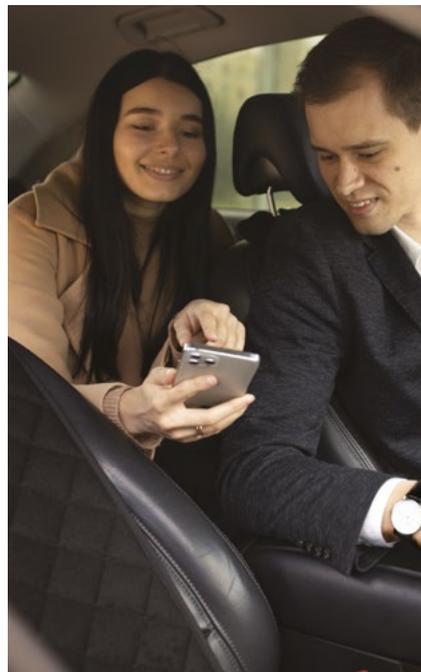
## 3 FONCTIONNALITÉS PROPOSÉES :

- 1 Proposition de trajets en intermodalité avec le réseau de transport en commun :**  
les utilisateurs passagers disposent d'itinéraires optimisés combinant le réseau de TC et du covoiturage sur le trajet aller-retour : covoiturage puis transport en commun ou transport commun puis covoiturage.
- 2 Fonctionnalité de "non-concurrence avec le transport en commun" :** le prestataire peut proposer une fonctionnalité permettant d'exclure le subventionnement des trajets de covoiturage qui sont sur des trajets bénéficiant d'ores et déjà d'une ligne de transport en commun.
- 3 Connexion au calculateur d'itinéraire :** des outils peuvent être interopérables permettant ainsi de présenter toute l'offre de mobilité aux usagers afin d'identifier la solution la plus pertinente (exemple : ajout des offres de trajets en covoiturage dans le MAAS local).

### 2.4.3 Les services complémentaires

D'autres services sont proposés par les acteurs afin d'agir sur la qualité du service ou de s'adapter aux situations spécifiques.

- **Mise en place d'une garantie retour** : Afin d'augmenter la confiance des passagers dans le service, un système de garantie retour peut être proposé. Cette garantie permet d'assurer les passagers sur leur trajet retour notamment lors du désistement d'un conducteur. Cette garantie se matérialise par la commande d'un taxi ou VTC pour le bénéficiaire par l'opérateur. Souvent proposée par les acteurs privés, cette garantie peut revêtir différentes formes ou modalités : garantie sur certains horaires, distance, ou limitée à un nombre par mois, etc. Il est toutefois conseillé de la laisser courir tous les jours de la semaine. Afin d'éviter les recours abusifs à cette garantie, il est généralement nécessaire qu'un covoiturage soit réalisé dans le sens du départ afin de pouvoir déclencher la garantie dans le sens retour le même jour.
- **Covoiturage événementiel** : Les applications peuvent permettre la création automatique de trajets à destination d'événements sportifs ou culturels du territoire via une fonctionnalité "covoiturage événementiel".
- **Mise en place «d'opérations spéciales»** comme lors de pics de pollution : le système peut intégrer une gestion des vignettes Crit'Air et des plaques d'immatriculation lors des pics de pollution. Ainsi, seuls les trajets des véhicules autorisés à circuler en période de circulation alternée ou circulation différenciée sont proposés.
- **Solution de «mise en relation humaine»** : hotline pour les usagers n'ayant pas accès aux outils numériques et pouvant même permettre à un agent en backoffice de suivre les mises en relation de manière individualisée et les gérer par téléphone (l'intermédiaire «humain» facilite la mise en relation).



## 2.5 L'incitation à la pratique

### 2.5.1 L'incitation financière

Les plateformes de mise en relation anticipée sont souvent associées à la mise en place d'une incitation financière pour les covoitureurs. Celle-ci a pour objectif de réduire ou de rendre gratuite la part payée par les passagers, tout en assurant une compensation au conducteur pour le service rendu.

Cette incitation repose sur un principe porté à titre principale par les opérateurs privés de covoiturage : si la plupart des services de transports en commun fonctionnent grâce à une participation des AOM pourquoi ne pas appliquer le même principe pour le covoiturage du quotidien, qui constitue un service à l'usager répondant par ailleurs aux mêmes enjeux (réduction de l'autosolisme, de la pollution, apport de solutions de mobilité accessible pour tous) ?

Ainsi, les opérateurs de covoiturage privés mettent en avant le besoin de lever le principal frein au passage à l'acte en mobilisant l'argument financier afin d'accroître drastiquement le nombre de covoitureurs et faciliter ainsi le développement de la pratique.

Le montant de la participation reversée au conducteur par passager varie d'une collectivité à une autre. Elle est souvent composée d'un plancher fixe par passager (0,5 à 2 euros) puis d'un montant variable selon le nombre de kilomètres parcourus (habituellement 10ct par kilomètre et par passager). Un plafond est souvent mis en place autour de 3€ par passager.

La collectivité peut faire le choix de laisser une partie du trajet à la charge du passager pour un montant variable. Elle définit la grille tarifaire de son service, s'appuyant sur le conseil du prestataire retenu.

Le coût final par trajet pour la collectivité inclut également une commission pour la plateforme couvrant les coûts de gestion de la mise en relation pour chaque trajet (gestion des paiements, SMS) et une partie de la rémunération du prestataire. Cette commission se situe entre 50ct à 80ct € par trajet passager.



## 2.5.2 Effet d'aubaine et fraude

Le versement d'incitations financières dans le cadre de services de covoiturage du quotidien peut cependant générer des risques de fraudes et des effets d'aubaines.

Les fraudes peuvent survenir lorsque des utilisateurs créent de faux trajets à travers l'usage de plusieurs smartphones, ou en réalisant les trajets dans des transports en commun afin d'obtenir l'incitation financière malgré l'absence de covoiturage. Cela a pu être observé à plusieurs reprises lors des premières campagnes d'incitation. Les opérateurs développent désormais des solutions de lutte contre la fraude, tout en essayant de conserver une certaine facilité d'usage pour tous, équilibre parfois complexe.

En outre, les effets d'aubaines correspondent à l'attrait sur la plateforme, du fait des incitations, d'utilisateurs qui auraient dans tous les cas covoituré. Cela signifie que les ressources allouées à ces incitations ne parviennent pas dans ces cas à encourager un changement de comportement chez des autosolistes, mais bénéficient à ceux qui avaient déjà un comportement vertueux. Les récompenser n'est en soi pas une mauvaise chose, mais cela montre qu'il faut considérer avec prudence les données concernant les "nouveaux covoitureurs". Le revers est qu'en cas d'arrêt des incitations, il est fort probable que le nombre d'utilisateurs réduise significativement, ceux étant là uniquement pour l'aspect financier pouvant être amenés à quitter la plateforme.

## 2.5.3 Les autres types d'incitations

L'incitation, quelle qu'elle soit, est un levier pour encourager le covoiturage : donner au conducteur un intérêt à partager sa voiture et au passager une motivation à monter dans celle d'un tiers. Ainsi, les voies réservées ou les places de stationnement dédiées aux covoitureurs sont des incitations qui offrent un autre avantage comparatif vis-à-vis de l'autosolisme en permettant un gain du temps sur le trajet ou à destination.

Certains services utilisent des modules de ludification, qui permettent de gagner des points/badges/cadeaux virtuels et certaines collectivités s'en servent pour remettre des cadeaux physiques (produits achetés ou à acheter localement au profit de l'économie locale).

L'organisation d'événement comme les "défis covoiturage" permettent d'encourager la pratique et les nouveaux usagers autour d'un moment convivial.

D'autres leviers (conjuncturels pour certains, de niveau national ou local pour d'autres) **agissent sur la contrainte, et peuvent favoriser le développement du covoiturage** : l'augmentation du prix du carburant, la réduction du nombre de stationnements ou sa tarification, la mise en place de péage urbain... Il est pour autant difficile de mesurer l'impact de ces mesures, qui peuvent être complémentaires aux incitations dites positives.



## 2.6 Le suivi de l'activité de covoiturage de la plateforme

L'analyse de l'usage est nécessaire pour permettre l'ajustement du service dans le temps.

Des reportings réguliers sont généralement proposés par les opérateurs du service. Ces derniers peuvent également passer par l'accès à une plateforme numérique de suivi en continu du service. Voici les données habituellement communiquées :

- Un suivi du montant des incitations financières versées par la collectivité ;
- Nombre d'inscrits (conducteur/passager/alternant) sur le territoire ;
- Nombre de covoitureurs (conducteur/passager/mixte) ;
- Suivi des employeurs et campus impliqués dans le service ;
- Nombre de trajets proposés par les conducteurs sur le territoire ;
- Nombre de kilomètres proposés par les conducteurs sur le territoire ;
- Nombre de trajets réalisés par nature d'usagers (conducteur/passager/alternant) ;
- Répartition des horaires de départ et de retour ;
- Analyses sociologiques des covoitureurs actifs (genre, âge...);
- Impacts en matière d'amélioration de la qualité de vie et de la qualité de l'air : tonnes de CO2 économisés, gains financiers...



Les suivis d'activités peuvent également présenter des cartographies de l'activité :

- Carte des trajets proposés ;
- Carte des trajets réalisés en covoiturage ;
- Analyses cartographiques des lieux de domicile et de travail des utilisateurs.

L'ensemble de ces données permettent à la collectivité de mesurer l'impact de ses investissements, de faire évoluer le service et de pouvoir communiquer sur l'intérêt et la pertinence de ce service de covoiturage.

Ces outils pourraient également permettre de collecter plus de données sur les habitudes de déplacement des utilisateurs (report modal, avis sur le service, les différents modes de déplacement utilisés, etc). Des enquêtes plus approfondies sont recommandées, comme cela a pu être fait par le CEREMA en Pays de la Loire avec leurs enquêtes usagers.



### **A NOTER :**

le covoiturage spontané reste aujourd'hui encore le plus important en termes de volume au niveau national, mais est beaucoup moins mesurable. Il passe entre les mailles de ces outils de suivi de la pratique. Par conséquent, il n'est pas possible de considérer les données de suivi d'un service comme représentatives de l'ensemble de la pratique d'un territoire.

## 2.7 L'animation et la communication

Pour les plateformes de mise en relation anticipée, la réussite du service tient également à la communication et à de l'animation. Plus le service sera connu et utilisé, plus de trajets seront disponibles et donc plus le covoiturage se développera via ces plateformes. Les cibles d'utilisateurs sont, comme présentées dans le paragraphe 3.2, *Quel périmètre et cibles*, des personnes se déplaçant sur des origines/destinations régulières à horaires fixes et anticipables.

L'effort de communication doit commencer en amont du lancement du service, pour une ouverture anticipée auprès des conducteurs et des "alternants" (conducteurs qui peuvent également être passagers), particulièrement lorsque le service est nouveau. L'enjeu est de s'assurer que les passagers trouveront des possibilités de trajet dès l'ouverture de la plateforme. Le travail de communication doit se poursuivre sur la durée au risque de voir le nombre d'utilisateurs stagner voire réduire.



Figure 9 Exemple de présence physique sur des événements locaux par Vienne Condrieu Agglomération

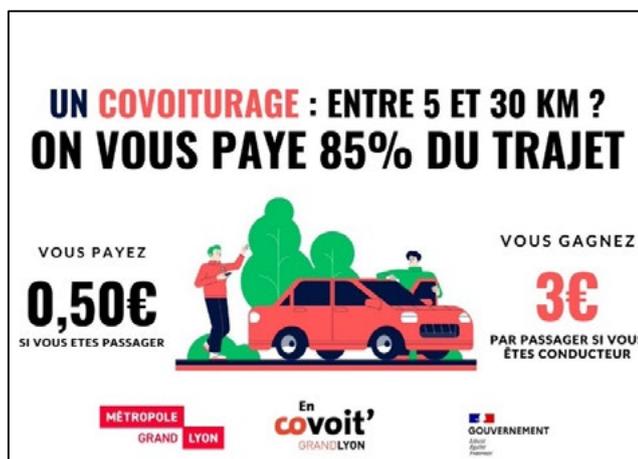


Figure 10 Exemple de campagne de communication portée par la Métropole de Lyon en 2023, service désormais porté par SYTRAL Mobilité sous le nom de "En Covoit'RDV"

## 2.8 Coût des services

**Développement d'une plateforme propre :** Dans le cas du développement d'une plateforme, le prix dépend notamment des développements demandés, de la taille de la collectivité et du niveau d'accompagnement en communication et animation inclus dans le contrat.

**Contractualisation avec une plateforme existante :** la contractualisation est nécessaire pour la mise en place d'une incitation financière à destination des covoitureurs, et c'est souvent dans ce but qu'elle est réalisée. Ce type de contrat comprend généralement :

- La licence d'usage de l'application, variable selon les projets et tailles des collectivités ;
- Les prestations d'animation en entreprise et auprès du grand public (formation, démonstration) en définissant un nombre d'interventions ;
- Une campagne de communication : coût variable en fonction des services sollicités. Le coût de la première année peut être plus élevé que les suivantes en raison du lancement du service. La population active de la collectivité, et donc le volume d'utilisateurs potentiels, influe également sur le coût des campagnes de communication ;
- La rémunération du prestataire par trajet réalisé (~0,50ct à 80 ct€/voyage passager) ;
- Le coût de paramétrage du service en cas de marque "grise" avec mise aux couleurs de la collectivité ;
- L'ensemble des incitations à destination des covoitureurs.

Les collectivités peuvent allouer une enveloppe pour ces incitations, qui peut constituer la part la plus significative des dépenses de mise en place d'un tel service si le succès est au rendez-vous, puisque ces dépenses sont globalement proportionnelles au nombre de trajets réalisés.

## 2.9 Les acteurs privés du domaine

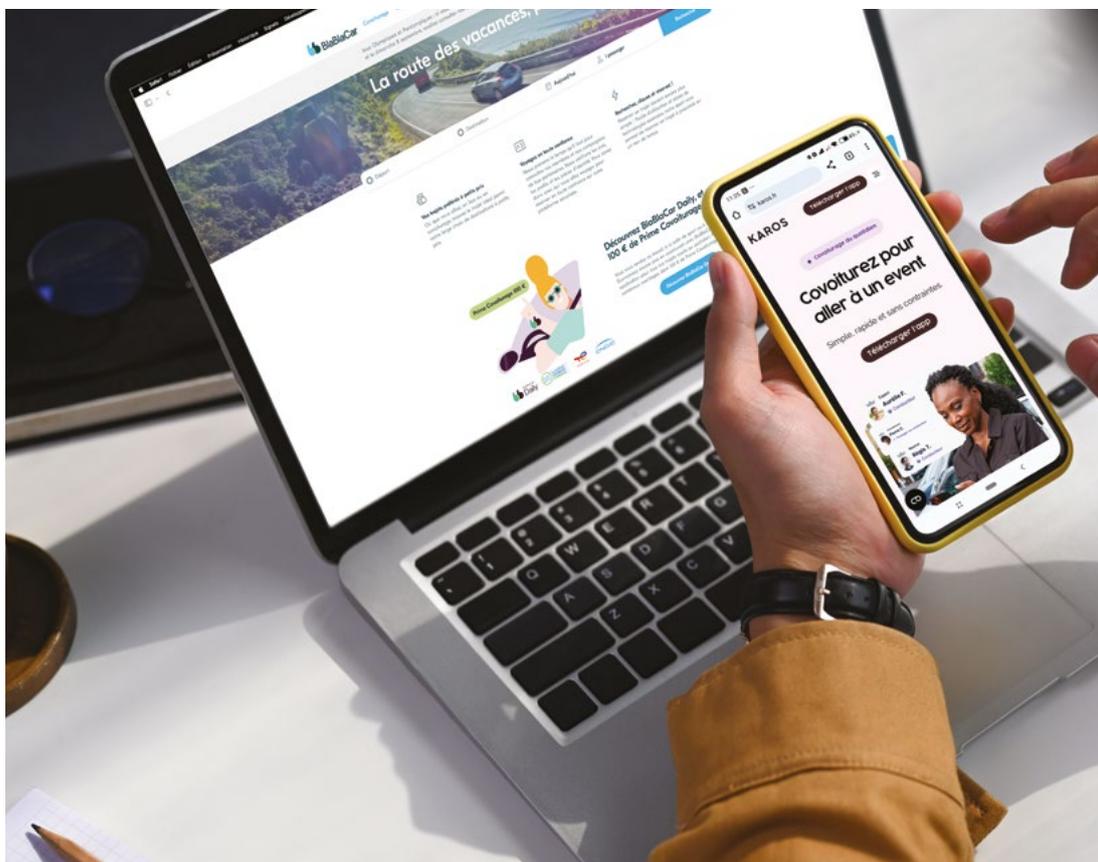
Les principaux acteurs privés qui proposent de la mise en relation anticipée sont Blablacar Daily, Karos, La roue verte et Mobicoop. Ils ont des approches, modèles économiques et offre de services différents mais travaillent tous avec des collectivités.

Par ailleurs, le marché est très dynamique avec des rapprochements/fusions récentes entre acteurs (avril 2023 : Klaxit et BlaBlacar Daily).



Il existe plusieurs modes de contractualisation avec un acteur privé. Selon ce que souhaite la collectivité, cela peut se matérialiser par :

- Un marché public ;
- S'inclure dans le cadre d'une DSP transport (parfois proposé par les répondants aux AO) ;
- Une convention qui permet notamment la contractualisation avec plusieurs acteurs.



La présentation des acteurs ci-dessous est le fruit de données collectées sur les pages web des entreprises, d'articles de presse, le tout complété d'entretiens pour consolider l'information.



Acteur précurseur dans la vente de plateformes de mise en relation anticipée aux collectivités. Elle propose par ailleurs des services pour la constitution de lignes de covoiturage à haut niveau de service via sa marque Illicov. La Roue Verte dispose de sa propre plateforme de mise en relation anticipée pour le grand public.



2007



≈ 25



SIÈGE

Grenoble



**La société La Roue Verte a annoncé arrêter l'ensemble de ses activités en 2025, du fait de la difficulté à trouver un modèle économique stable dans un marché très mouvant. Les informations la concernant sont donc obsolètes.**



**Contrats avec des collectivités territoriales :** une douzaine de contrats de portail en cours, mise en place de lignes de covoiturage effectives pour le compte d'une trentaine de collectivités.



Cette entreprise a déjà été présentée dans la partie autostop organisé : Les acteurs privés du domaine.

Elle propose le développement de plateforme sur mesure et est notamment en charge depuis sa création de la plateforme MOV'ICI, portée par la Région Auvergne-Rhône-Alpes. Cette entreprise propose également une offre de covoiturage solidaire. Elle dispose de sa propre plateforme de mise en relation anticipée pour le grand public.



2008



≈ 30



**Siège social à Castelsarrasin** et agences à Grenoble, Paris, Nancy + présence d'animateurs en région.



**Contrats avec des collectivités territoriales :** plus de 120 collectivités clientes dont les Régions AURA (Service MOV'ICI), Bourgogne Franche Comté, Hauts de France, Bretagne, Bourgogne Franche Comté mais aussi des agglomérations (Clermont Ferrand), des communautés de communes ou encore des pôles métropolitains, des PETR, des PNR et des Départements (Hautes Alpes, Hérault, Aude...) sur des compétences connexes (routes, solidarité, environnement, tourisme...)

Karos Mobility est une société française fondée en 2014 qui déploie une plateforme de covoiturage domicile-travail au niveau national. Karos propose une offre de marque grise pour les entreprises et les collectivités, ainsi qu'un accompagnement à la communication et l'animation. Leur outil essaye particulièrement de développer la question d'intermodalité en lien avec les trajets covoiturés.



2014



≈ 120



**Siège à Paris**, Antennes à Rennes, Toulouse, Lyon, mais aussi en Allemagne à Cologne suite au rachat de GoFlux en aout 2022 ainsi qu'en Espagne à Vitoria-Gasteiz



**Contrats avec des collectivités territoriales** : une cinquantaine de collectivités en France, dont notamment : les Régions Pays de la Loire et Occitanie (Région en partenariat avec plusieurs opérateurs), le Département de l'Aube, Troyes Champagne Métropole, Champagne Métropole, la Région de la Réunion, La Métropole de Lyon et celle d'Aix-Marseille, le SMMAG, Tisséo (Toulouse), l'Eurométropole de Strasbourg...



**incluant l'ancien service Klaxit**

BlaBlaCar Daily est une plateforme dédiée au covoiturage domicile-travail qui mise sur la simplicité de son application et une large communauté issue de la plateforme de covoiturage longue distance BlablaCar. Elle a encore élargi sa base d'usager en achetant l'entreprise Klaxit en 2023. Elle a également développé les partenariats avec les collectivités territoriales via ce rachat, Klaxit étant en avance sur ce volet.



2018



≈ 100



Siège à Paris, des équipes commerciales en région



**Contrats avec des collectivités territoriales** : 110 collectivités territoriales accompagnées au total dont notamment Pays de la Loire et Occitanie (partenariat avec plusieurs opérateurs), Grand Bourg Agglomération, le Pôle Métropolitain du Genevois Français, ... La liste complète est disponible ici.

<sup>5</sup> <https://www.lejournaldesentreprises.com/lorraine/article/mobicoop-leve-800-000-euros-pour-promouvoir-le-covoiturage-solidaire-1975945>

## 2.10 Les points à retenir

La première étape pour le déploiement d'un service de mise en relation anticipée est la définition des objectifs de la collectivité suivie d'une étude permettant de déterminer ce qui serait le plus adéquat pour répondre à ses attentes. Cette analyse permettra de **décider le type de solution que la collectivité souhaite proposer : développer une plateforme interne (propre à son territoire, ou un groupe de territoire dans le cadre de partenariat) ou s'associer avec une plateforme privée existante.** La première solution permet d'adapter l'outil à ses besoins et de maîtriser les données usagers (à distinguer des données d'usage). La deuxième solution a pour atout de s'appuyer sur un outil qui a déjà fait ses preuves et dispose d'une communauté potentiellement existante. Les retours d'expérience ont montré qu'il est déconseillé d'avoir une plateforme propre sur un périmètre trop restreint.



Le coût de mise en place d'un service de mise en relation anticipée dépend de plusieurs paramètres, et notamment du type de solution retenue. **Des frais sont néanmoins communs aux deux cas (plateforme propre ou acteur privé) : ceux dédiés à la communication et l'animation, indispensables à la réussite du service, ainsi que le coût de la plateforme (développement ou licence).**

Dans le cas du **versement d'une incitation financière par la collectivité** (participation aux frais conducteur pour le passager), cela peut rapidement représenter le premier poste de dépenses. Son montant dépendra de plusieurs variables : nombre de trajets, montant des incitations retenues, frais retenus par la plateforme. Une enveloppe peut être définie en début de projet, avec le "risque" potentiel de devoir être allongée en cas de succès du service. Cette incitation financière doit cependant rester attractive pour les covoitureurs.

### CONSEILS



**Le registre de preuve de covoiturage propose un accompagnement individualisé aux collectivités et des outils d'aide à la décision pour la définition des conditions de la campagne d'incitation financière.**

Concernant le financement du service, le maître d'ouvrage peut solliciter un soutien financier notamment auprès du Fond vert covoiturage, proposé par l'état depuis 2023, ou dans le cadre d'autres appels à projets.

Un des points clés de ces services réside dans le **ciblage des utilisateurs dès son lancement** : il est pertinent de prioriser les zones avec le plus fort potentiel de covoitureurs : grands employeurs, campus avec faible desserte TC, zones industrielles, etc. Cela permet de s'assurer d'atteindre une certaine masse critique d'utilisateurs.

L'effort de communication doit être continu pour maintenir l'intérêt des utilisateurs, de même que l'animation de la communauté qui doit démarrer dès le lancement, voire avant pour le recrutement des conducteurs, avec la mise en place de campagnes publicitaires, la participation à des événements, etc.

Enfin, il est fondamental de définir des indicateurs de suivi qui permettront d'évaluer la pertinence et la performance du service et planifier d'éventuelles évolutions du service.



## PRECONISATIONS :

Deux préconisations pour atteindre des objectifs de réduction de l'autosolisme, de décongestion et faire en sorte que ce service soit complémentaire aux autres modes proposés (éviter le report modal depuis les TC ou les modes actifs) :

- 1 • Une distance minimale imposée (recommandation qu'elle soit supérieure à 5km en cas d'itinéraire en mode actif possible)
- 2 • Une limitation des types d'origines/ destinations : exclure par exemple les OD similaires à des TC structurants.

Plus de recommandations et bonnes pratiques sont disponibles sur le site du gouvernement :

<https://doc.covoiturage.beta.gouv.fr/vous-etes/je-suis-un-territoire/mes-besoins/bonnes-pratiques-et-exemples-de-campagnes-financieres-de-covoiturage>

# 3 Les lignes de covoiturage à haut niveau de service



3.1	Le modèle .....	33
3.2	Lieux de pertinences et cibles.....	35
3.3	Aménagements associés au déploiement.....	36
3.4	Mode de déploiement.....	37
3.5	Les services complémentaires.....	38
3.6	Le suivi d'usage.....	38
3.7	L'animation et la communication.....	38
3.8	Coûts des services.....	40
3.1	Les acteurs des lignes de covoiturage.....	41
3.2	Intermodalité.....	42
3.3	Les points à retenir.....	43



### 3.1 Le modèle

Les lignes de covoiturage correspondent à un service se rapprochant de celui des lignes de bus, avec un tracé prédéfini et des arrêts fixes, matérialisant les points de rencontre entre conducteurs et passagers. Que ce soit avec ou sans mobilier urbain, il existe deux types de mise en oeuvre :

- Avec un usage spontané / dynamique : mise en relation au niveau des arrêts, notamment au travers du mobilier (semblable aux lignes de bus) ;
- Avec un usage planifié : lien entre conducteur et passager réalisé en amont, jusqu'à quelques secondes avant le trajet (semblable à un service de TAD).

Ces lignes sont définies sur des axes structurants. Elles se différencient des lignes d'autostop organisées par la mise en place d'applications numériques permettant de connecter plus rapidement les conducteurs et les passagers qui ont des itinéraires similaires, de gérer la participation financière au trajet, ainsi que de permettre la mise en place d'éléments supplémentaires garantissant un haut niveau de service à l'utilisateur.

**Il s'agit alors de lignes de covoiturage à haut niveau de service, également appelées ligne COHNS ou ligne de covoiturage express.**

**«Sur des axes pénétrant important, le flux est suffisant pour mettre en place des lignes de covoiturage à haut niveau de service (CoHNS). Covoiturage spontané sans réservation, le service y est garanti par un opérateur qui s'engage sur des horaires d'ouverture.»**

La Fabrique des Mobilités



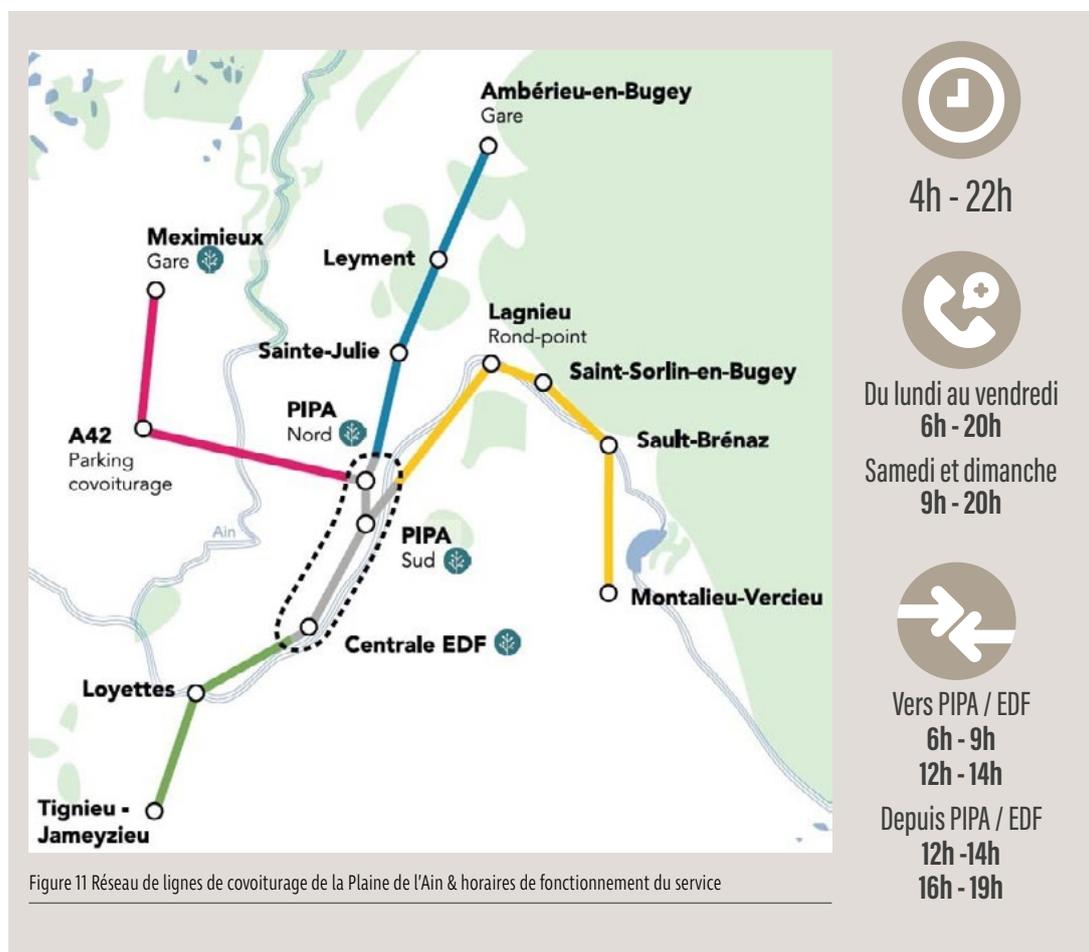
Pour les personnes ne disposant pas de smartphone, certains opérateurs proposent une solution de **mise en relation par téléphone ou SMS**. Le service offre ainsi une solution à tous les publics.

Ces applications numériques permettent de proposer (entre autres) les services suivants :

- Participation de la collectivité aux frais du conducteur pour le compte du passager ;
- Mise en place d'une garantie départ en cas d'absence de conducteur sur certains créneaux horaires ;
- Suivi détaillé de l'offre et de la demande pour les usagers comme la collectivité ;
- Mise en place d'une incitation à destination des conducteurs pour les inciter à proposer des trajets de covoiturage pour les inciter à proposer des trajets de covoiturage" (désignée de manière différente selon les opérateurs, "siège vide" par Ecov, incitation "ponctualité" par La Roue Verte).

Ces compléments de services offrent une meilleure garantie aux usagers que les services d'autostop organisé mais avec un impact financier plus important pour le maître d'ouvrage. Les lignes COHNS proposent un service de mobilité performant (avec un temps d'attente globalement inférieur à 10 minutes sur les lignes "matures" ou "développées") et flexible, pour les personnes qui seraient réticentes aux formes de covoiturage anticipées.

Les services de transport en commun par bus et les lignes de covoiturage à haut niveau de service sont complémentaires. Les lignes de covoiturage COHNS sont parfois plus limitées : les "garanties de départ" et les participations financières, sont rarement activés en continu dans les 2 sens de circulation. Ces derniers sont souvent mis en place uniquement dans le sens des flux, et désactivés pendant les weekends et vacances scolaires afin d'éviter un surcoût à la collectivité. Cela reste cependant entièrement paramétrable.



## 3.2 Territoires de pertinence et cibles

Les lignes de covoiturage à haut niveau de service visent en premier lieu des trajets domicile-travail ou domicile-étude. En effet, le niveau de services apporte une sécurité et une fiabilité du service.

On retrouve les lignes de covoiturage à haut niveau de service (COHNS) principalement dans deux cas :

**La desserte d'une zone d'activité / site industriel majeur :** son objectif est dans ce cas de massifier les trajets le long d'un, ou plusieurs, axes clés desservant ces sites disposant d'un potentiel d'utilisateurs très importants et faciles à mettre en relation. Un service de ligne de covoiturage à haut niveau de service offre plus de flexibilité aux usagers par rapport à du covoiturage anticipé et permet une intermodalité accrue avec d'autres offres de transports, notamment par l'ajout d'arrêts aux gares se situant à proximité.

**Sur des axes radiants d'une grande centralité :** Ces lignes peuvent être mises en place sur les axes principaux pénétrants d'une métropole ou d'une grande agglomération, permettant de rallier généralement les transports en commun urbains structurants (métro, tram, BHNS) à travers le réseau routier (voie rapide notamment), avec une facilité comparable à la voiture individuelle, mais sans la contrainte du stationnement à destination. Par ailleurs, les coûts du trajet pour les usagers sont réduits, de même que la durée du trajet en cas d'existence de voies réservées pour les covoitureurs.

La ligne de covoiturage peut permettre d'étendre le maillage d'un réseau de Transport en Commun lorsque le flux de personnes à transporter n'est pas trop élevé (auquel cas privilégier un car express), ou bien permettre de densifier la fréquence de desserte entre 2 cars lorsqu'elle est déployée sur un même tronçon qu'une ligne de TC.

Ce sont généralement sur des distances plus longues (entre 10 et 50 kilomètres) que sont mises en place ces lignes par rapport aux lignes d'auto-stop organisé. En effet, pour ces distances, le critère financier est déterminant pour les conducteurs, le principe de solidarité sur lequel reposent les lignes d'autostop organisé n'étant plus forcément suffisant comme motivation. Comme dans le cas des services anticipés, la collectivité peut prendre en charge les frais du passager jusqu'à la gratuité des trajets pour ces derniers, tout en assurant une rétribution attractive pour les conducteurs. Aussi, il est important d'encadrer l'échange monétaire à travers une application pour assurer le partage des frais.

Ce type de service permet de répondre aux besoins d'un public qui ne peut, ou ne souhaite, planifier ses trajets, notamment pour des salariés aux plages horaires variables ou pour les personnes souhaitant plus de flexibilité dans leur organisation.



### 3.3 Aménagements associés au déploiement

Ces lignes express peuvent se caractériser par un aménagement qualitatif des arrêts. Les panneaux à affichage dynamique sont par exemple la norme pour l'ensemble des arrêts des lignes COHNS développées pour la société Ecov, un des acteurs du marché. Plusieurs panneaux dynamiques peuvent être mis en place pour un même arrêt afin d'informer les conducteurs à plusieurs points à proximité de ce dernier.

Ces arrêts disposent souvent des mêmes aménagements qu'un point d'arrêt de transport en commun : abri voyageur, panneau d'information sur le service, avec par ailleurs un aménagement de la voirie dédié à l'accessibilité des conducteurs et passagers comme notamment :

- Création d'une encoche pour prise/dépose rapide de passager à un arrêt ;
- Création d'une solution de retournement facilité pour les conducteurs ;
- Mise en place de marquage au sol pour avoir une signalisation claire indiquant la zone de covoiturage.



D'autres aménagements complémentaires peuvent être envisagés pour l'accès à l'arrêt ou le confort des usagers :

- Un ou plusieurs panneaux de signalisation amont indiquant l'emplacement de l'arrêt de covoiturage ;
- Une aire de stationnement pour faciliter le rabattement des passagers ;
- La création de stationnements vélos pour favoriser la multimodalité vélo- covoiturage lorsque l'accès le permet ;
- Un accès piéton et vélo sécurisé ;
- Des bancs ou sièges pour rendre l'attente plus confortable ;
- La mise en place d'un éclairage adéquat pour la sécurité durant les heures de faible luminosité ;
- Des poubelles pour la gestion des déchets potentiels (avec réflexion sur la récupération en amont) ;
- Des aménagements paysagers : plantations d'arbres pour un cadre d'attente plus agréable pour les usagers, en fournissant de la fraîcheur en été.

#### IDÉES COMPLÉMENTAIRES

- Un espace wifi pour les personnes ne disposant pas de forfait internet ;
- Une solution de recharge de téléphone.



Le fait d'avoir un aménagement des arrêts élaboré contribue à offrir une meilleure qualité de services aux usagers et ainsi rendre le service plus attractif.

Compte tenu du coût des aménagements, il est parfois possible d'utiliser des arrêts TC existants afin de mutualiser les équipements, même si cela reste relativement rare dans les faits.

D'autres opérateurs, comme La roue Verte, proposent un service avec peu d'aménagement d'arrêts (ou des poteaux réversibles) en s'appuyant principalement sur l'appli. Cela permet de réduire les coûts et les délais de déploiement, ainsi que de pouvoir s'assurer de la pertinence du service avant de financer des aménagements plus durables. Cela rend cependant le service moins visible dans l'espace public.



Les moyens de communication et d'animation du service sont détaillés dans le point spécifique : **L'animation et la communication.**

### 3.4 Mode de déploiement

Avant de déployer une ligne de covoiturage, plusieurs prérequis sont nécessaires du fait de l'investissement que cela représente.



#### LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE MISE EN PLACE D'UNE LIGNE DE COVOITURAGE :

**L'étude du potentiel :** Dans un premier temps une étude des flux de véhicules est réalisée à l'échelle du territoire, afin de comprendre les zones d'attractions, origine / destination, horaires et autres données autour des trajets effectués dans le périmètre étudié. Cette première étude dure quelques mois et utilise principalement des données open source. Elle permet d'obtenir une analyse du potentiel et des corridors pertinents pour la mise en place d'une ligne de covoiturage à haut niveau de service (volume, absence de solution TC, motifs de trajets,...).

**La projection de la ligne :** Une fois l'opportunité jugée avérée, une étude plus poussée est réalisée afin de préciser le tracé de la ligne ainsi que ses arrêts. Cela passe par une analyse du réseau routier, de son fonctionnement, des points d'arrêts potentiels en mesurant les avantages et inconvénients de chaque arrêt ainsi que leur appropriation potentielle par les automobilistes réalisant actuellement le trajet seul dans leur véhicule. Une étude des offres TC ainsi que de la localisation des principaux employeurs est également effectuée. De cette phase de projection résulte à l'issue une idée précise du tracé de la ligne et de l'emplacement des arrêts, ainsi que des aménagements à réaliser ou non selon les contraintes des zones ou du fait de la densité urbaine. La durée de cette phase dure généralement de 2 à 6 mois.

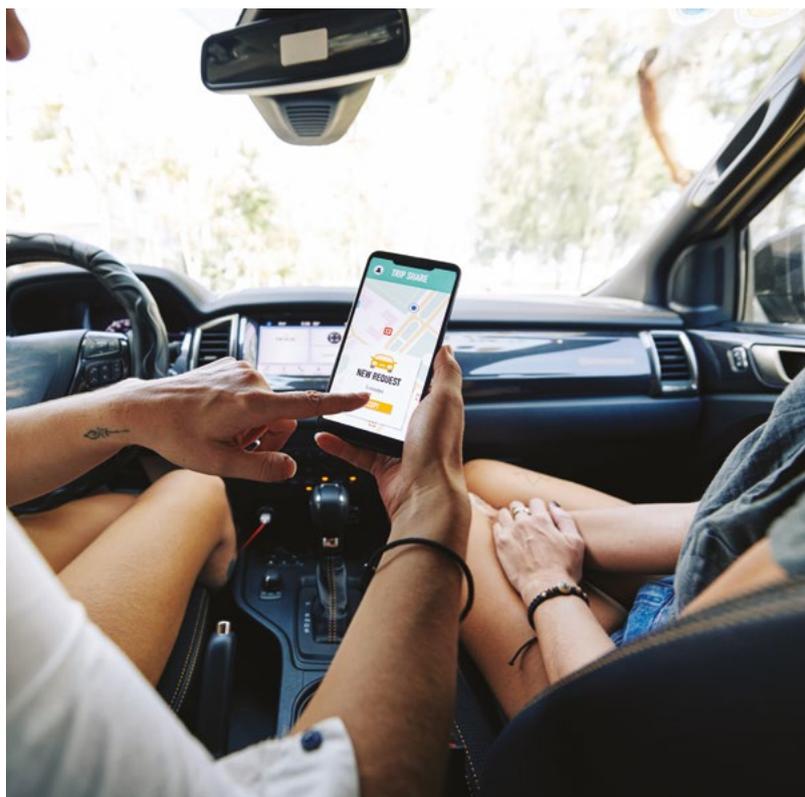
**Les travaux d'aménagement et d'équipements :** La ligne COHNS nécessite des aménagements et équipements pour rendre les arrêts de covoiturage pratiques, sûrs, confortables et accessibles, tout en les intégrant harmonieusement dans leur environnement. Le choix des éléments d'aménagement et d'équipement dépend du contexte local, du budget disponible et des besoins spécifiques des utilisateurs.

Cette étape dure plusieurs mois si d'importants travaux de voirie sont nécessaires, notamment si la zone est contrainte du fait de la densité urbaine.

**Le travail de communication amont au lancement :** la communication ciblée sur les conducteurs potentiels doit démarrer avant le lancement du service, de façon à s'assurer que les passagers trouvent une solution de covoiturage dès l'ouverture. Cela nécessite, par exemple, la réalisation d'animations auprès des grands employeurs locaux, avec éventuellement la mise en place d'incitation auprès des conducteurs en amont, en rémunérant les conducteurs proposant des places libres sur le trajet via l'application, même s'ils ne trouvent pas de passager.

### 3.5 Les services complémentaires

Parmi les services supplémentaires sur les lignes de covoiturage, on trouve en premier lieu la garantie départ. Cette fonctionnalité vise à assurer aux passagers qu'ils pourront trouver un moyen de transport à partir de leur point de départ, dans un délai raisonnable. Cette garantie est particulièrement importante pour encourager les utilisateurs à adopter le covoiturage comme une alternative fiable aux autres modes de transport. La garantie départ implique une promesse de temps d'attente maximum pour les passagers à l'arrêt de covoiturage. Cette durée (au choix de la collectivité) peut se situer entre 10 et 30 minutes suivant la demande de trajet de l'utilisateur. Si aucun conducteur n'est disponible dans le temps imparti, l'opérateur du service de covoiturage s'engage à fournir une solution de secours, comme un service de taxi, VTC ou même de transport en commun, pour assurer le transport du passager à sa destination.



Les exploitants de lignes COHNS proposent parfois d'autres services comme **l'accompagnement usager en temps réel** avec une assistance téléphonique pour accompagner les nouveaux usagers, faciliter la mise en relation au besoin et pouvoir répondre en direct aux usagers rencontrant des problèmes sur la ligne.

Ces services sont globalement mis en place uniquement sur les heures de fonctionnement de la ligne de covoiturage, voire sur les horaires et sens principaux des flux pendulaires.

### 3.6 Le suivi d'usage

De la même manière que pour les plateformes de mise en relation anticipée, un suivi détaillé de l'usage du service est souvent proposé par l'opérateur (voir paragraphe dédié dans la partie "plateforme de mise en relation anticipée" : [2.6 Le suivi de l'activité de covoiturage de la plateforme](#)).

### 3.7 L'animation et la communication

On distingue généralement distinctement la communication et l'animation d'un service de covoiturage. L'animation est plus axée sur l'amélioration de l'expérience utilisateur, l'accompagnement au changement des comportements et la construction d'une communauté, tandis que la communication concerne la diffusion d'informations et la promotion du service auprès de potentiels usagers.

Ces actions nécessitent à la fois des moyens humains et financiers. Souvent, les prestataires privées proposent de l'accompagnement sur ces volets étant conscients de leur aspect crucial dans la réussite du projet. Selon la taille du réseau, il faut entre 0,5 à 1 ETP pour assurer ces missions. Notamment 1 ETP en phase de lancement / montée en charge d'une ligne, poste qui peut être mutualisé sur plusieurs lignes en cas de déploiement d'un réseau élargi.

### 3.7.1 Les actions de Communication

Il s'agit de :

- **Campagnes publicitaires** auprès des médias locaux, réseaux sociaux, et publicités en ligne permettent d'atteindre un large public. Même si ce n'est pas directement un usager potentiel qui sera touché, faire connaître le service permet de favoriser le bouche-à-oreille et toucher des cibles potentielles ; il est suggéré également de parler du service, montrer le quotidien des usagers, mettre en place des spots vidéo spécifiques, pour expliquer le fonctionnement du service, ses avantages et lutter contre les préjugés (cf [les spots](#) réalisés par M'Covoit). En effet, l'usage de témoignages d'usagers est particulièrement efficace, cela permet de montrer l'impact positif du service, mais aussi de permettre à des usagers potentiels de mieux se projeter et comprendre l'intérêt concret du service ;
- **Utilisation de supports de communication physique** comme les flyers ou les affiches dans des lieux (et périodes) stratégiques (le long de l'axe) peuvent aider à la connaissance du service ;
- **Présence sur des manifestations locales** (marchés, festivité, événement sportif) permet d'aller directement à la rencontre du public pour augmenter la connaissance du service.



### 3.7.2 Actions d'Animation

Différentes actions d'animation (vie du service) peuvent être menées :

- **L'organisation d'événements** dans les communautés locales (entreprises, écoles, clubs...) pour lancer le service, impliquant des présentations de l'exploitant du service, et éventuellement des témoignages d'utilisateurs ainsi que des démonstrations. Les retours d'expériences montrent qu'organiser ces moments de sensibilisation autour d'une collation facilite toujours l'attrait des publics cibles ;
- **La création de moments conviviaux** pour les usagers de services, dans une zone géographique donnée permet de créer des échanges et de la cohésion entre usagers : échange autour de viennoiseries/ cafés le matin ou lors d'afterwork ;
- **Le recrutement d'utilisateurs locaux** comme ambassadeurs pour promouvoir le service au sein de leur réseau personnel et professionnel contribue également à cette dynamique ;
- La création et le maintien d'une communauté d'usagers via les **réseaux sociaux** permet de promouvoir l'entraide et partager les nouveautés du service.

En combinant ces différentes actions, on peut instaurer une campagne dynamique et engageante qui incite les gens à utiliser le service de ligne de covoiturage dans le temps. Il est nécessaire que les efforts ne soient pas concentrés sur la seule phase de lancement, mais sur la durée car les usagers changent et se renouvellent. Un effort constant d'animation est donc nécessaire.



### 3.8 Le coût du service

Il faut compter environ 20 000€ pour la réalisation de l'ensemble des études amont par ligne de covoiturage à haut niveau de service.

Le coût potentiellement le plus important, mais aussi le plus variable selon les projets, concerne l'aménagement et de l'équipement des arrêts. En ordre de grandeur, les panneaux dynamiques à messages variables ont une valeur d'environ 10 000€ pièce. Le reste étant au cas par cas, il est difficile de donner des éléments chiffrés.

Est également à prendre en compte le coût de licence de l'outil numérique mis à disposition par le prestataire.



#### LES FRAIS DE FONCTIONNEMENT

Les frais de fonctionnement des lignes COHNS sont également très variables d'un projet à un autre, notamment selon l'incitation mise en place par la collectivité.

Dans les frais de fonctionnement, on retrouve :

- Les coûts de communication et d'animation du service ;
- Les incitations conducteurs, (ou "siège libre") si elles sont mises en place (en moyenne entre 0,5€ et 1€/ trajet proposé par conducteur) ;
- La participation aux "frais de trajet " pour les passagers jusqu'à 100 % (souvent proportionnelle à la distance, pouvant varier en moyenne entre 0,5€ à 3€ par trajet et par passager) ;
- Les «garanties départ" proportionnelles au nombre de passagers n'ayant pas trouvé de conducteur dans les temps impartis, d'où l'utilité, en cas de mise en place de ce service, d'attacher une place importante à l'animation pour avoir un nombre suffisant de conducteurs ;
- Le coût par trajet reversé à l'opérateur du service, en moyenne autour de 50ct / trajet.

Ces chiffres sont des estimations générales en date de la publication de cette synthèse. Ils ne peuvent refléter l'ensemble des coûts réels d'un projet. Les paramètres comme la taille de la zone desservie, le nombre de stations, les fonctionnalités technologiques requises, et les partenariats stratégiques (par exemple, avec des entreprises locales desservies par la ligne) peuvent impacter le budget global.

Pour obtenir des chiffres précis, il est recommandé de réaliser une étude de faisabilité détaillée.



### 3.9 Les acteurs des lignes de covoiturage

Actuellement deux opérateurs sont pionniers dans le développement de lignes de covoiturage dites COHNS, avec des approches du service différentes. Il s'agit de **La Roue Verte**, (déjà présentée dans les acteurs des plateformes de mise en relation anticipée) et **d'Ecov, qui sont présentés ci-dessous**. **Mobicoop** propose également depuis plus récemment des services de ligne de covoiture.



Ecov est une entreprise qui se concentre sur le déploiement de solutions de covoiturage en temps réel. L'entreprise est connue pour ses stations de covoiturage connectées, qui permettent aux passagers de demander un trajet directement depuis la route, sans planification préalable. Ces stations affichent les demandes aux conducteurs en temps réel, rendant le covoiturage aussi spontané que les transports publics



2014



≈ 90



**Siège à Nantes** avec des représentations à Paris, Lyon, Strasbourg, Grenoble et Toulouse.

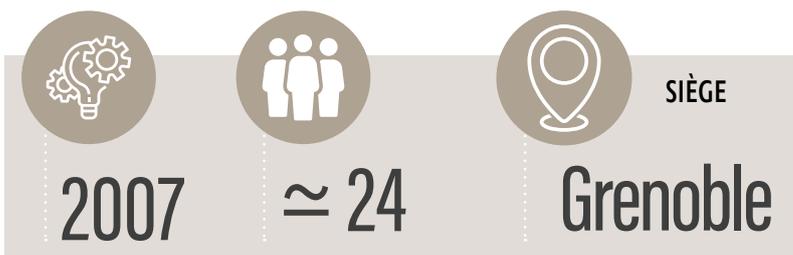


**Contrats avec des collectivités territoriales :** Ecov opère 55 lignes de covoiturage (spontanées ou COHNS) en France. Les COHNS d'Ecov sont exploitées sous différents noms : soit sous leur marque propre ("Covoit'ici"), soit sous le nom du réseau de transport local, soit sous un nom dédié. Les services peuvent différer d'une ligne à l'autre, mais les constances sont l'application, la mise en place d'une incitation (montant variable), un service d'accompagnement des usagers en temps réel et l'aménagement d'arrêt qualitatif.



Acteur précurseur dans la vente de plateformes de mise en relation anticipée aux collectivités. Elle propose par ailleurs des services pour la constitution de lignes de covoiturage à haut niveau de service via sa marque Illicov. La Roue Verte dispose de sa propre plateforme de mise en relation anticipée pour le grand public.

Les lignes de la Roue Verte sont principalement "numériques", l'ensemble des mises en relation étant faites dynamiquement via l'application, avec l'existence d'incitation financière est d'une récompense à la ponctualité des conducteurs. Le système d'incitatif géré par La Roue Verte propose de proportionner la distribution d'incitatifs en fonction de la demande passagers.



**La société La Roue Verte a annoncé arrêter l'ensemble de ses activités en 2025, du fait de la difficulté à trouver un modèle économique stable dans un marché très mouvant. Les informations la concernant sont donc obsolètes.**



**Contrats avec des collectivités territoriales :** Cent (100) lignes à haut niveau de service ont été expérimentées sous la marque « Illicov », soutenues dans le cadre d'un programme de financement CEE jusqu'en 2024 (programme AcoTE : massification du covoiturage dans les territoires peu denses). Plus d'une trentaine de lignes COHNS se poursuivront après le programme dans plusieurs régions.

Dans les deux cas, les deux entreprises proposent un accompagnement amont à la mise en place de ligne COHNS, pour étudier l'opportunité et la faisabilité de ces services sur les territoires.

### 3.10 Intermodalité

Certaines applications de covoiturage sont conçues pour intégrer les réseaux de transport en commun locaux, permettant aux utilisateurs de combiner les deux modes de transport. En effet, du fait de leurs tracés fixes et de leur haut niveau de service, les lignes de covoiturage peuvent plus facilement être intégrées aux plans de transport en commun. Elles s'avèrent parfois complémentaires au réseau principal dans le sens où elles peuvent faciliter le rabattement ou la diffusion sur les pôles d'échanges structurant du réseau TC. Ainsi, cette complémentarité sera pensée dès la définition du tracé des lignes et des arrêts.

Dans certains cas, les lignes peuvent se situer sur des axes similaires aux TC, en offrant d'autres avantages :

- Plus grande flexibilité horaire pour les passagers grâce à un plus grand choix d'offres ;
- Desserte de zones complémentaires ;
- Garantie départ moins cher pour la collectivité (Proposition aux usagers de prendre un TC plutôt qu'un taxi) ;
- Solution alternative en cas de problème sur l'un des 2 services. Avec la limite des heures de fonctionnement des services.

Il est important de rappeler que l'intégration du covoiturage dans le bouquet de services de mobilité proposés par les collectivités est assez récente, et d'autant plus avec la prise en compte des questions d'intermodalité. Il est donc encore nécessaire d'expérimenter, de tester afin de trouver la meilleure adaptation pour chaque territoire.

### 3.11 Les points à retenir

Les "lignes de covoiturage à haut niveau de service" sont des services de mobilité qui se mettent en place sur des axes routiers supportant des flux importants de véhicules, sur des origines et destinations similaires. L'objectif des lignes est d'offrir **des temps d'attente de quelques minutes seulement en s'appuyant sur ces flux.**

Ce type de service peut aider à massifier le covoiturage en **heure de pointe** grâce à un service flexible, sans anticipation et en fournissant des garanties de services aux usagers (via notamment la **garantie départ**). Ce type de service vise principalement les trajets domicile-travail ou domicile-étude.

Pour que le tarif soit attractif pour les usagers, les lignes comptent dans un premier temps sur la participation financière des collectivités aux frais de trajets des conducteurs, afin de les inciter à prendre des passagers. Cette incitation (variable) peut même être versée en l'absence de passager transporté, c'est ce qu'on appelle **l'incitation conducteur** (nommé siège libre par Ecov, ponctualité par La Roue Verte).

Une intégration de ces lignes dans l'espace urbain avec des équipements proche de ceux des lignes de bus permet d'optimiser le confort et la lisibilité du service pour les usagers. Ces aménagements augmentent le coût, mais améliorent significativement la qualité du service.

Ce service peut offrir des temps d'attente courts et constituer ainsi une alternative flexible et fiable, appréciée par certains usagers qui disposent d'horaires irréguliers de travail ou d'études.

L'usage du service sera amplifié si les covoitureurs peuvent gagner du temps sur leur trajet, notamment grâce à une voie réservée sur l'axe ou une facilité de stationnement à l'arrivée (places réservées au covoiturage en entreprise/PEM). Les contraintes à l'autosolisme auront de la même manière un impact positif sur l'usage (peu de stationnement à destination, péage sur l'axe ...).

Les coûts pour la collectivité ne sont pas forcément proportionnels à l'usage. Après une phase d'investissement et de communication intense, les incitations financières peuvent être réduites, voire supprimées, notamment l'incitation conducteur une fois le service adopté par suffisamment d'usagers.

Par ailleurs, les coûts d'exploitation et d'animation peuvent être mutualisés et la visibilité améliorée en déployant un réseau étoffé (nombre de lignes et d'arrêts). On appelle cela **l'effet réseau.**

#### Pour assurer la réussite des lignes de covoiturage, une attention doit être portée sur :

- Le positionnement des arrêts, qui doivent être à la fois sur le flux de véhicules, mais également à proximité des zones à desservir (lieux de vie / ZI / pôles d'échange en entrée de métropole) ;
- La communication efficace, notamment avec un ciblage des usagers potentiels dans les entreprises et pôles d'enseignement desservis par le service ;
- L'animation et le contact avec les usagers pour favoriser la bonne compréhension de ce nouveau service et son adoption dans le temps.



Les lignes de covoiturage restent une offre de mobilité relativement récente, en phase d'expérimentation et de développement. Elles nécessitent du temps pour s'installer dans le paysage, se faire connaître du public et monter en puissance. À terme, l'objectif est de fournir un service suffisamment performant pour que, côté conducteur comme -passager, il puisse se passer complètement d'incitations financières.

# 4 Conclusion



Ce dossier a présenté la palette des services de covoiturage et les enjeux associés, qui en synthèse et recommandation pourrait se résumer ainsi :

- **L'autostop organisé** constitue une solution de mobilité visant à faciliter la mise en relation entre passagers et conducteurs pour des **trajets de courte distance, inférieurs à 20 km**. Le concept s'appuie sur un principe de solidarité, sans impliquer de système de paiement. Il est particulièrement adapté pour les déplacements en zones rurales et périurbaines, répondant aux besoins de populations non motorisées ou recherchant des alternatives pour les **trajets ponctuels au sein d'un périmètre restreint**.
- **Les plateformes de mise en relation anticipée** constituent une solution technologique clé dans le domaine du covoiturage, permettant aux utilisateurs planifiant leurs trajets en amont de trouver des partenaires de covoiturage avec des itinéraires et horaires concordants. Elles visent à rassembler une **communauté large et diversifiée**, dépassant le cercle proche de connaissances, pour augmenter les chances de correspondances efficaces **quelle que soit l'origine ou la destination**. En fournissant un **cadre sécurisé, intuitif, et fiable**, ces services favorisent l'adoption du covoiturage, facilitent les transactions et proposent des fonctions supplémentaires utiles tant pour les utilisateurs individuels que pour les collectivités.
- **Les lignes de covoiturage à haut niveau de service (COHNS)** représentent une évolution dans l'approche du covoiturage. Elles offrent une alternative **dynamique et flexible** à la mobilité domicile-travail ou domicile-étude, se rapprochant des services de bus traditionnel dans leur intégration spatiale (arrêts et itinéraires fixes). Elles permettent aux usagers de partager des trajets spontanément grâce à **l'appui d'applications mobiles, facilitant ainsi la mise en relation et la gestion financière**. Les lignes de COHNS impliquent des coûts plus élevés que l'autostop organisé, mais avec une promesse de qualité de service supérieure. Destinées principalement aux trajets de moyennes à longues distances, **ces lignes ciblent des axes stratégiques à forte intensité de trafic**. Elles peuvent offrir une bonne intermodalité avec d'autres moyens de transport, renforçant ainsi leur efficacité et attractivité.

Cette séparation en trois catégories de service paraît aujourd'hui la plus pertinente. Cependant au vu de l'évolution rapide du secteur et de la diversité des solutions proposées par les acteurs privés, il est probable qu'émergent des services hybrides ou innovants.

Il est important de rappeler que la dynamique nationale autour du covoiturage est récente. Elle vise à accroître significativement la pratique, notamment à travers les aides de l'État au financement sous la forme d'appel à projets, et le financement des collectivités. Il est encore tôt pour mesurer le potentiel réel des services covoiturage dans les territoires ayant développé ces services, ainsi que leurs effets, y compris en matière de décarbonation de la mobilité.

Cependant, le covoiturage ne pourra répondre seul aux enjeux de sobriété et de décarbonation de la mobilité, et l'atteinte des objectifs fixés par l'État semble complexe. C'est l'objet de l'étude réalisée par Le Forum Vies Mobiles et La Fabrique Ecologique intitulée : "Que peut-on attendre du covoiturage quotidien pour la transition écologique ?" publiée à l'automne 2023.

En accord avec les auteurs de cette étude, il est apparu opportun d'en relater les points essentiels pour compléter et enrichir notre dossier. Sont repris notamment les objectifs fixés sur le covoiturage, l'adéquation avec les moyens mis en œuvre ainsi que son potentiel, les éventuels effets rebonds et les limites vis à vis de l'impact visé à savoir la décarbonation de nos mobilités.

Cette synthèse de l'étude est proposée sous l'intitulé « **Regard extérieur : les limites du covoiturage dans la décarbonation des mobilités** » en annexe du présent dossier.

# Remerciements

---

Le SMT AML tiens à remercier pour leur collaboration en premier lieu les équipes de l'Agence Régionale Auvergne-Rhône-Alpes Énergie Environnement (AURA-EE), partenaire dans l'organisation de la série de webinaires sur les services de covoiturage mais également relecteurs attentifs de ce dossier.

Nos remerciements vont aussi aux membres et partenaires du SMT AML qui ont accepté de venir partager leur expérience dans le cadre de nos webinaires, dans l'ordre chronologique : Grand Bourg Agglomération, le PETR Jeune Loire, Vienne Condrieu Agglomération, la Métropole de Lyon, La CC de la Plaine de l'Ain et le Syndicat Mixte des Mobilités de l'Aire Grenobloise (SMMAG). Nous n'oublions pas non plus la Communauté d'agglomération Porte de l'Isère (CAPI) qui fut précurseuse sur ce sujet avec le développement du projet "Lane". Nous adressons également nos remerciements aux équipes du CEREMA et de la DGITM pour leur appui et collaboration régulière sur les sujets de covoiturage depuis plusieurs années.

Merci aux acteurs privés, porteurs de services de covoiturage, Blablacar Daily, Ecov, Karos, La Roue Verte et Mobicoop pour leur partage de connaissances et collaboration dans la réalisation de ce dossier.

Merci au Forum Vies Mobiles et à La Fabrique Ecologique pour nous avoir permis de reprendre leur dossier concernant le rôle du covoiturage dans la transition écologique.

Enfin et pour conclure, nous remercions l'ensemble de nos membres pour leur confiance et leur soutien dans nos travaux.

---

Directeur de publication : Xavier ODO

Co-directrice de la publication : Rachel HAAB-LAB

Coordination publication : Thomas VINOT

Graphiste : Karine Boissy • 06 67 06 77 69

Crédits Photos : Communauté d'Agglomération de Porte de l'Isère, Vienne Condrieu Agglomération, PETR Jeune Loire, Grand Bourg Agglomération, CC de la Plaine de l'Ain, Ecov, Mobicoop, Karos, Blablacar Daily, La roue verte, Halt ô Stop, Freepik, istock, karine boissy.

Impression : 100 exemplaires

Octobre 2024

# REGARD EXTERIEUR



## Les limites du covoiturage dans la décarbonation des mobilités

# Table des matières

<b>2</b>	<b>Un manque de données ne favorisant pas l'évaluation des mesures prises</b> .....	<b>50</b>
2.1	Une absence d'évaluation des trajets effectivement "covoiturables" : .....	50
2.2	Une comptabilisation du covoiturage via les plateformes qui ne traduit pas la réalité des trajets covoiturés.....	50
<b>3</b>	<b>Un impact environnemental dépendant de la nature des pratiques</b> .....	<b>51</b>
3.1	Distances et report modal.....	51
3.2	Les territoires les plus pertinents d'un point de vue écologique sont les plus durs à développer .....	51
3.3	Des "effets rebonds" à prendre en compte .....	52
<b>4</b>	<b>Des freins sociaux et psychologiques importants</b> .....	<b>52</b>
<b>5</b>	<b>Les recommandations</b> .....	<b>53</b>
<b>6</b>	<b>Points clés à retenir</b> .....	<b>54</b>



# Introduction

Cette synthèse partielle a pour rôle de dresser une vision plus complète de la place du covoiturage du quotidien, dans le cadre d'objectifs environnementaux nationaux et locaux, et plus précisément de s'attarder sur les limites, parfois "invisibles" au premier abord qui pourraient nuancer le rôle, attribuer au covoiturage dans la décarbonation des mobilités.

Ce document, accompagnant le dossier dédié aux services de covoiturage, est constitué d'éléments extraits de l'étude réalisée par Le Forum Vies Mobiles et La Fabrique Ecologique intitulée "Que peut-on attendre du covoiturage quotidien pour la transition écologique ?" publiée à l'automne 2023 et de données capitalisées à travers l'expertise du SMT AML.

Il correspond finalement à un regard "critique" sur la place du covoiturage dans le mixte des mobilités d'aujourd'hui et de demain.

Le Forum Vies Mobiles, "think tank" de la mobilité, et La Fabrique Écologique, "fondation pluraliste de l'écologie", se sont associés pour interroger la pertinence écologique de la politique d'aide publique au déploiement du covoiturage. Une étude a été menée sur la base d'une série d'entretiens avec les acteurs publics et privés impliqués dans le développement du covoiturage, et la mise en regard de rapports et de données publics.

Réalisée de 2022 à 2023, cette étude a permis d'analyser des politiques locales menées dans le sillage de la Loi d'Orientation des Mobilités de 2019 et le lancement du Plan covoiturage 2023-2027. Ce plan, porté par le Gouvernement, a pour objectif de faire passer le nombre de trajets covoiturés de 900 000 par jour en 2023 à 3 millions en 2027. D'après le Secrétariat Général à la Planification Écologique, le covoiturage devrait participer à hauteur de 12% de la réduction des émissions de CO2 des transports des personnes d'ici 2030.

L'étude interroge cet objectif qui apparaît difficilement atteignable malgré, ou avec, les politiques menées aujourd'hui.

## 2 Un manque de données ne favorisant pas l'évaluation des mesures prises

La voiture est responsable d'environ 16% des émissions françaises de gaz à effet de serre. La recherche d'une augmentation du taux d'occupation des véhicules (aujourd'hui proche d'une personne par voiture pour les trajets domicile-travail) pour réduire le nombre de voitures sur les routes semble à priori un levier pertinent pour décarboner la mobilité.

### 2.1 Une absence d'évaluation des trajets effectivement "covoiturables" :

Il existe de nombreuses contraintes pouvant empêcher la rencontre entre l'offre et la demande de covoiturage : freins psychologiques, coûts de coordination, mais aussi, plus structurellement, organisation géographique du territoire français.

Pour autant, l'État et les collectivités locales mènent des politiques volontaristes pour faire progresser la pratique du covoiturage, sans en connaître le potentiel réel. En effet, même si le gouvernement évoque le chiffre de "50 millions de sièges vides", il n'existe pas de données fiables et solides sur les trajets réalisés seul dans sa voiture et réellement "covoiturables".

### 2.2 Une comptabilisation du covoiturage via les plateformes qui ne traduit pas la réalité des trajets covoiturés

Un relevé mensuel des trajets covoiturés via les plateformes est réalisé par l'Observatoire national du covoiturage. Pourtant, la portée de ce "thermomètre" est très limitée pour plusieurs raisons.

Au cours de l'année 2023, les trajets covoiturés chaque jour via des plateformes numériques, ne représenteraient que 0,04% des kilomètres parcourus sur des trajets du quotidien et 3% de l'ensemble des trajets covoiturés<sup>2</sup> si l'on se réfère aux volumes de l'Enquête Mobilité des Personnes (EMP) 2019 réalisée par l'INSEE. Le covoiturage informel est donc beaucoup plus développé que le covoiturage via les plateformes, mais reste en dehors des radars.

<sup>1</sup> Le covoiturage du quotidien : quelle pertinence pour la transition écologique des mobilités ? Forum Vies Mobiles, La Fabrique Écologique, 202

<sup>2</sup> Au 1<sup>er</sup> semestre de l'année 2023, on dénombrait 27 000 trajets covoiturés et réalisés via des plateformes selon l'Observatoire national du covoiturage. Selon le plan national du covoiturage 900 000 trajets sont covoiturés chaque jour. Les trajets réalisés grâce aux plateformes représentent donc 3% des trajets covoiturés.



*Aucune enquête d'ampleur n'avait été réalisée sur le sujet à l'époque de l'étude des 2 think-tanks, qui soulignaient ici la difficulté de mesurer le potentiel de covoiturage. Cependant, courant 2024 l'ADEME a lancé une enquête d'envergure nationale sur le covoiturage, avec pour objectif de qualifier et quantifier l'offre et la demande de covoiturage en France. On ne dispose pas des résultats à ce jour.*

Par ailleurs, si le nombre de trajets covoiturés via les plateformes numériques a été multiplié par deux entre 2022 et 2023, les chiffres restent loin d'être structurants pour la pratique. En effet, en 2022, 1 trajet en voiture sur 10 000 a été réalisé en covoiturant via des plateformes soit environ 2 trajets en voiture sur 10 000 en 2023. La progression en 2024 est de seulement 20%. Les marges de progrès restent donc significatives.

**Les résultats relevés par les plateformes restent encore aujourd'hui à relativiser en quantité. Par ailleurs, ces pratiques sont fortement incitées par les avantages financiers aux covoitureurs, ce qui peut susciter de potentiels effets d'aubaine, sans garantir une durabilité de la pratique.**

## 3 Un impact environnemental dépendant de la nature des pratiques

### 3.1 Distances et report modal

Le covoiturage du quotidien se pratique parfois sur des trajets trop courts pour être réellement "pertinents écologiquement". On estime que sur des distances inférieures à 5, voire 10 km, il est préférable de proposer des solutions au travers d'autres modes (TC, vélo, véhicules intermédiaires) via un développement des offres ou des aménagements.

Il arrive également que des trajets concurrencent les dessertes en transports collectifs. En effet, on constate que l'offre de covoiturage des plateformes se développe essentiellement aux heures de pointe et dans les zones/couloirs de concentration des flux, c'est-à-dire aux heures de la journée et aux endroits où l'offre de transport collectif est dans certains territoires déjà bien développée. Pour s'assurer d'encourager le covoiturage là où il est le plus utile en termes d'impact écologique (notamment avec l'objectif de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>), Rouen et d'autres collectivités ont décidé d'arrêter de subventionner les trajets parallèles à des lignes de TC urbaines structurantes.

### 3.2 Les territoires les plus pertinents d'un point de vue écologique sont les plus durs à développer

Les territoires où le covoiturage serait le plus pertinent sur le plan économique, écologique et social, sont justement ceux où il a le moins de chance de se développer : les zones rurales et peu denses. Dans ces territoires où le potentiel de rencontre entre deux personnes réalisant un trajet similaire à la même heure est structurellement faible.

Dans ces mêmes territoires, les effets négatifs de la voiture (congestions, pollution de l'air...) sont moins visibles qu'au sein des métropoles ou des axes fortement congestionnés. "Ce sont des territoires qui sont moins touchés, en apparence, par l'impact des pollutions" comme le relate Chrystelle Beurrier, élue au Pôle métropolitain du Genevois français. Par ailleurs, "dans les territoires les moins denses, là où il y a le plus de bénéfices à aller chercher sur la transition écologique, l'acculturation est la plus compliquée à mettre en œuvre. Il y a une telle habitude d'utiliser la voiture dans ces territoires, qu'on l'utilise pour des tout petits trajets." Enfin, l'absence ou difficulté à proposer une alternative crédible à la voiture et au covoiturage rend la prise de risque et les incertitudes pour le passager encore plus grandes.

### 3.3 Des "effets rebonds" à prendre en compte

Un des effets rebond est celui **de la substitution de modes plus écologiques par le covoiturage, comme le transport en commun.**

On constate parfois une concurrence avec les transports en commun, qui peut être renforcée lorsqu'il est moins cher, ou plus pratique, de voyager en covoiturage qu'en TC. Cela peut même être accentué à travers le FMD (Forfait Mobilité Durable), visant à favoriser les alternatives à l'autosolisme et qui peut s'avérer plus favorable financièrement pour un salarié que la prise en charge d'une partie du titre de transport par les employeurs si on y ajoute les incitations financières des collectivités.

De plus, certains objectifs du covoiturage peuvent entrer en contradiction avec l'objectif de décarbonation. En favorisant le covoiturage, on permet une optimisation de la circulation pour tous – covoitureurs et autosoliste, et donc la décongestion. Or, de nombreuses études ont démontré le principe de "trafic induit" : l'amélioration temporaire des conditions de circulation finit, par un effet d'aubaine, par entraîner une augmentation de la circulation automobile globale, ce qui recrée les phénomènes de congestion initialement combattus. Aussi, **il faut accompagner le soutien aux covoitureurs ou à la pratique du covoiturage par des aménagements réservés, diminuant la place accordée à l'autosolisme.**

Une modélisation de l'impact du développement du covoiturage en Île-de-France (Coulombel et Delaunay -2019) arrive au constat que les effets rebonds potentiels, en grande partie le report modal depuis les TC et modes actifs, atténueraient de **50 à 75 % les bénéfices environnementaux** initialement attendus du développement de covoiturage (en termes de réduction des émissions de CO2).

## 4

### Des freins sociaux et psychologiques importants

Le covoiturage domicile-travail est pratiqué par environ 3,6 % des actifs, parmi lesquels les ouvriers sont surreprésentés. Cette pratique est favorisée par des facteurs économiques, organisationnels (travail en équipe, horaires décalés) ou territoriaux (lieu d'habitation et/ou lieu de travail en périphérie, sans alternative à la voiture individuelle).

Au contraire, **la flexibilisation des horaires, notamment pour certaines fonctions (cadres et employés), la facilité d'usage de la voiture par l'absence de congestion ou des schémas de déplacements complexes (impératifs familiaux par exemple) rendent difficile le partage des trajets entre le domicile et le travail.**

Le Baromètre des mobilités du quotidien 2022 a interrogé la disposition des enquêtés à essayer un moyen de transport alternatif à la voiture individuelle. Le covoiturage et l'autopartage sont les solutions recueillant le plus de réticence : **34 % des interrogés ne seraient "certainement pas" prêts à essayer le covoiturage ou l'autopartage dans les douze prochains mois même si les freins étaient levés, et 26 % répondent «probablement pas».**

Ces solutions recueillent le plus faible taux d'adhésion, en comparaison aux autres solutions de transport alternatives proposées (transports en commun, vélo et véhicule électrique).



Ces données seraient à suivre dans le temps afin de mesurer l'impact des campagnes de communication sur la perception de ce mode de déplacement pour les trajets du quotidien.

La pratique du covoiturage est directement concurrencée par la facilité d'être autosoliste et la préférence pour l'autonomie, la liberté et les gains de temps procurés. L'étude prochaine de l'ADEME sur les pratiques des covoiturages permettra potentiellement d'avoir une vision plus claire sur les motivations à la pratique et celles actionnables (économiques, social, écologique, ...).

Pour diminuer l'autosolisme et favoriser le covoiturage, les politiques publiques peuvent déjà considérer plusieurs leviers complémentaires : des incitations et outils de facilitation d'usage, la mise en place d'aménagements dédiés (mise en place de voies réservées et attribution de places de stationnement réservées au covoiturage), le tout complété d'actions réduisant l'espace dédié à l'autosolisme (réduction du nombre de voies au profit d'autres modes notamment) afin de réduire les effets rebonds.

## 5 Les recommandations

Il existe d'autres pistes et recommandations pour continuer à faire évoluer la pratique du covoiturage tout en prenant en compte les différentes limites et freins cités ci-dessus. Ces actions sont complémentaires à ce qui peut aujourd'hui être proposé par le Plan National Covoiturage et sont applicables par les collectivités territoriales.



### 4 RECOMMANDATIONS :

- 1 Rendre obligatoire une tarification avantageuse pour les covoitureurs au sein des parkings payants avec contrôle d'accès lors des événements et sur les grands lieux générateurs de flux (centres commerciaux, lieux culturels ou de loisir, ...)
- 2 Rendre accessibles les aires de covoiturage à pied, à vélo ou en transports collectifs et privilégier les aires de stationnement déjà existantes et bien desservies, par exemple, les parkings de supermarché.
- 3 Accompagner financièrement ou techniquement les entreprises, associations et administrations dans leurs actions en faveur du covoiturage afin de les rendre cohérentes et pertinentes.
- 4 N'accorder une aide financière aux covoitureurs que pour les trajets qui ont été identifiés comme étant covoiturables et pertinents au sens écologique et social, c'est-à-dire, des trajets d'au moins 5 kilomètres où il n'existe pas d'offre alternative en transports collectifs.

Le potentiel de décarbonation attribué par la SNBC (Stratégie Nationale Bas Carbone) à la hausse du taux de remplissage moyen est ambitieux puisque ce levier doit participer pour 11 % à la diminution des émissions de GES du secteur des transports, pour atteindre l'objectif de neutralité carbone d'ici 2050. Pour les trajets de courte distance, cela signifie passer d'un taux de remplissage de 1,43 actuellement (et même 1,08 pour les trajets domicile-travail) à 1,75 en 2050.

Le covoiturage pour les trajets du quotidien est minoritaire, mais existe déjà, et s'organise principalement au sein des cercles familiaux, amicaux et professionnels.

Mutualiser les trajets des actifs vers le travail est un enjeu de taille puisque c'est le motif de déplacement pour lequel l'autosolisme est le plus fort, à cela s'ajoutant une augmentation des distances parcourues. Le covoiturage domicile-travail est déjà pratiqué par 3,6 % des actifs environ, parmi lesquels les ouvriers sont surreprésentés. Cette pratique est favorisée par des facteurs économiques, organisationnels (travail en équipe, horaires décalés) ou territoriaux (lieu d'habitation et/ou lieu de travail en périphérie, sans alternative à la voiture individuelle). Au contraire, la flexibilisation des horaires, notamment pour les cadres, la facilité d'usage de la voiture ou des schémas de déplacements complexes (impératifs familiaux par exemple) rend difficile le partage des trajets entre le domicile et le travail.

La politique de covoiturage a un impact limité sur la décarbonation, en particulier si on se limite aux données remontées par les plateformes de mise en relation. Au-delà du nombre de trajets, il apparaît judicieux de quantifier la part de passagers de covoiturage qui sont passés d'autosolistes à covoitureurs, la part de nouveaux usagers (en sus des usages informels préexistants) et de connaître la fréquence des pratiques. Ces données permettraient de mesurer plus précisément l'efficacité des politiques publiques mais aussi les effets rebonds comme la part de report depuis les transports en commun. C'est pourquoi les

résultats des prochaines études sur le sujet (nationales avec l'ADEME, comme locales avec le SMT AML et son projet de suivi d'usage des aires de covoiturage) permettront de mieux cerner les dynamiques de la pratique.

On constate que l'autosolisme reste une pratique "facile" dans les territoires périurbains et ruraux. Plusieurs enquêtes montrent l'actuelle faible attractivité, voire le rejet de la pratique du covoiturage, la déclarant régulièrement inconciliable avec leurs contraintes quotidiennes. Cependant il sera pertinent de suivre ces indicateurs qui permettront d'évaluer l'impact des campagnes de communication et les actions mises en place.

Le covoiturage semble être aujourd'hui principalement plébiscité par des personnes non motorisées ou contraintes par le poids grandissant du budget lié à l'utilisation de leur voiture (augmentation du coût du carburant, des distances à parcourir plus longues). Le défi est l'augmentation de la pratique du covoiturage auprès de personnes qui n'en ont pas d'intérêt "direct" en agissant sur d'autres leviers compte tenu des solutions existantes aujourd'hui (praticité, gain de temps, aspect social ou écologique, ...).

Nous sommes au début de cette politique globale en faveur du covoiturage ; les changements de comportement ainsi que l'adoption de nouvelles habitudes s'étalent sur le temps long. S'assurer de la pertinence des actions au travers d'indicateurs pertinents est donc essentiel, tout comme déterminer clairement le périmètre de pertinence du covoiturage et celui des autres modes.

## LES RÉDACTEURS DE L'ÉTUDE SOURCE

"Le covoiturage du quotidien : quelle pertinence pour la transition écologique des mobilités ?"



### La Fabrique Ecologique

Créée en 2013, La Fabrique Écologique, "Fondation pluraliste de l'écologie", est un Think et Do-Tank qui a pour objectif de promouvoir l'écologie et le développement durable. Avec de nombreuses publications sur des sujets divers et un réseau de près de 800 experts répertoriés et actifs.



### Le Forum Vie Mobilité

Le Forum Vies Mobiles est le think tank de la mobilité, soutenu par SNCF. Ses travaux portent sur les modes de vie et la manière dont les déplacements structurent leur déploiement, leurs rythmes et permettent d'organiser nos activités (travail, loisirs, consommation, etc.). Il en étudie les impacts sur les personnes, la famille, la santé, le territoire et l'environnement.





**Les services de covoiturage en 2024**  
le SMT fait le point suite à sa série de webinaires



**SMT** AIRE  
MÉTROPOLITAINE  
LYONNAISE  
syndicat des mobilités des territoires

**[www.smtaml.fr](http://www.smtaml.fr)**

Les différents travaux du SMT AML sur le covoiturage  
sont téléchargeables sur  
**[www.smtaml.fr](http://www.smtaml.fr)**

Nos membres

