

# P.R.E.D.I.T.

Groupe recherches stratégiques  
Recherche n° 99 MT 14  
DRAST - Ministère des Transports

## AUTOMOBILITÉ ET HABITAT PARTAGÉS

RAPPORT FINAL



# Rapport final Mai 2000

## **PREDIT**

Groupe de recherches stratégiques  
Recherche n° 99 MT 14  
DRAST – Ministère des Transports

## **AUTOMOBILITE ET HABITAT PARTAGES**

## **LE CAS DES RESIDENCES UNIVERSITAIRES DANS L'AGGLOMERATION TOURANGELLE**

RESPONSABLE – MANDATAIRE DE L'EQUIPE

**Jean Grébert :**

Directeur d'études

Tél. : 02.47.21.66.63

atu@creaweb.fr

**Agence d'Urbanisme  
de l'Agglomération de Tours**

3, rue de Minimes

37032 TOURS Cedex

### **COMPOSITION DE L'EQUIPE :**

Agence d'Urbanisme :

**Jean Grébert**

**Frédéric Toupin**

Beauvais Consultants :

**Jean-Marie Beauvais**

Université de Poitiers :

**Christophe Gibout**

## FICHE-RESUME

# LA MOBILITÉ COMME SERVICE LIÉ A L'HABITAT ?

Il s'agit en partant du cas local de l'Agglomération Tourangelle, d'effectuer un test en mettant en relation les types d'hébergements pour étudiants comportant des niveaux de services intégrés divers, avec leurs comportements de mobilité, parfois innovants, marqués par une mutualisation et un partage de la voiture, et d'observer la constitution, l'organisation et la gestion de ces pratiques pour en comprendre les leviers, les freins et l'interdépendance avec l'offre immobilière dont elles pourraient dépendre.

Cette approche est complétée par un repérage des modes de mise à disposition de véhicules automobiles, allant dans le sens d'une banalisation de son usage.

L'objectif est de mettre à jour un champ d'intégration et de fonctionnement conjoint des univers du logement et des déplacements motorisés individuels en termes d'offre, de demande, de gestion ; donnant une base à une expérimentation partenariale en grandeur réelle comme élément d'une politique de réduction du nombre de voyageurs.kilomètres.

L'objectif n'est pas de créer de nouvelles formes de bâti ni d'inventer de nouveaux moyens de transports, mais d'**imaginer des modes innovants de gestion et d'orchestration des moyens existants** en se basant sur des amorces de comportements ou de "produits" disponibles et en observant les conditions de leur convergence et de leur interpénétration.

L'idée est de tester une problématique plus ambitieuse visant à évaluer les **conditions d'"intermodalité"** entre la gestion de **flottes** de voitures particulières à louer ou co-emprunter et la gestion de **parcs** de logements résidentiels utilisés en temps partagé, ou loués.

Les convergences et les espaces-temps définissant ces systèmes sont observés, à travers une population ciblée, réactive, pouvant a priori préfigurer les comportements ou les profils d'accroche des comportements futurs. Ce sont les étudiants de l'agglomération tourangelle.

L'argument de possession de voiture pour les étudiants dépend plus d'une volonté d'autonomie choisie que d'une commodité nécessaire et indispensable.

Par ailleurs, il semble que l'augmentation du trafic vers les sites universitaires soit davantage due à un accroissement du nombre d'étudiants que du taux de motorisation, stable à 66 % depuis les années 80.

Le recours au covoiturage a été tenté à diverses occasions.

Un obstacle important à l'adhésion libre à ce mode de fonctionnement provient de l'emploi du temps variable et décousu des étudiants. Les variations sont importantes d'un cycle à l'autre, d'une filière à l'autre. Ainsi, le système repose sur une forte complémentarité avec les transports collectifs.

Suivant le taux de motorisation des étudiants, plusieurs types de comportements se dégagent. Une première classification selon le lieu et le type de logement permet de distinguer deux groupes :

- des étudiants au taux de motorisation élevé habitant majoritairement un appartement dans une partie du centre de Tours ou dans la maison parentale en agglomération,
- des étudiants peu motorisés, notamment dans l'hypercentre, logeant en appartement.

Une distinction doit néanmoins être faite entre posséder une voiture et l'utiliser.

L'approche a permis d'identifier les comportements et le degré d'acceptation de pratiques communautaires liées à l'utilisation de la voiture particulière. Les conditions de sa banalisation ont été mises en évidence, ainsi que celles de sa gestion partagée.

Une cible spécifique a été observée, à même d'anticiper les modes de vie et pratiques de mobilité

de demain. Il s'agit des étudiants de l'agglomération tourangelle, ayant fait le choix de partager un logement à plusieurs. Les conséquences sur leurs habitudes de déplacement ont été analysées au regard de la manière dont ils se répartissent les tâches ménagères, ou gèrent les équipements et activités en commun,...

La plupart habitaient dans des résidences offrant des services.

Des **transpositions** sont possibles entre multipropriété immobilière et recours à l'auto-partage notamment en ce qui concerne les facteurs de motivation de recourir à un tel système avec "abandon" patrimonial :

- source d'économie,
- appartenance à un club d'utilisateurs,
- distinction sociale,
- accession à la jouissance d'une offre inabordable.

La caractéristique la plus remarquable des usagers de l'auto-partage est le niveau de revenu, qui permettrait largement la possession, l'entretien et l'utilisation d'une voiture privée. Il ressort que le recours à ce système résulte d'un choix délibéré et d'un calcul économique. De plus, dans bon nombre de cas, la grande majorité des abonnés au service ont vendu leur voiture.

Il s'agit d'imaginer qu'à un terme relativement proche, certains services attachés au logement nous seront devenus aussi familiers, voire indispensables, que l'eau courante ou l'électricité. A l'image des systèmes de "magasins agréés", on peut envisager que l' "habitant avec services" ait à sa disposition, une palette de services mobilisables dans le cadre d'abonnements à souscrire. De tels développements confèrent au métier de régisseur d'immeuble un rôle stratégique comme intermédiaire et coordonnateur final entre le servant et le servi. Une tendance à internaliser le module central de coordination et de mise en relation avec des prestataires de services se développe dans quelques cas. Il est intéressant de noter que cette nouvelle offre fait partie intégrante de la démarche marketing de cer-

tains opérateurs immobiliers, qui ont conçu un produit autour d'une palette de services potentiels.

La motivation essentielle pour habiter dans des résidences avec services est la recherche de sécurité et de convivialité. Ce besoin de rompre un isolement relatif est ressenti par une portion importante de la population urbaine. Cela incite l'opérateur à décliner le concept sous d'autres aspects plus ciblés, en gardant la même structure de fonctionnement en plate-forme de services centrale, **plateau** de base sur lequel on greffe des éléments donnant une configuration plus spécialisée ou optionnelle.

Il ressort que le thème des **temporalités** est stratégique et nécessite d'analyser plus finement le rapport entre les cycles de vie, les délais de contractualisation et d'appréciation de l'usage d'un bien. Par exemple, pour les étudiants, le logement n'est pas un bien stable et ressort d'une utilisation à durée déterminée, alors que la voiture s'avère un élément durable incitant à développer un sentiment de propriété plus prégnant. L'âge "adulte" voit l'inversion de ces tendances.

Anciennement objet patrimonial reflet d'un statut social, l'automobile se revendique aujourd'hui instrument de mobilité, outil flexible et léger financièrement. La valeur de jouissance se substitue peu à peu à celle de possession. Ainsi, dans les mentalités, la **valeur d'usure** céderait la place à la **valeur d'usage**.

La finalité n'est pas le bien lui-même, mais l'utilisation de ce bien, rien que son utilisation. La valeur ajoutée n'est plus la propriété mais la mise en œuvre de services multiples sur ce support.

## SOMMAIRE

### **PARTIE 1**

#### **UNE CIBLE REVELATRICE : LES ETUDIANTS**

Introduction

**p 7**  
p 8

#### **UNE GENERATION DE PREDILECTION ?**

- Exploitation des questionnaires

**p 11**  
p 13

#### **PANORAMA SUR LES MODES D'HABITATION ET LA MANIERE DE VIVRE LA VOITURE**

- le logement
- utilisation de la voiture
- location de voiture sur courte durée
- image de la voiture

**p 15**  
p 15  
p 16  
p 16  
p 17

#### **CORRELATIONS MANIERE DE VIVRE ET MOYENS DE SE DEPLACER**

**p 18**

#### **UN CAS PARTICULIER : LES ETUDIANTS VIVANT A PLUSIEURS**

- corésidence et covoiturage
- droit d'usage collectif et possession individuelle des équipements
- partage des tâches et contrat de services
- vie estudiantine et solidarité automobiliste
- répartition des moyens et concentration des dépenses
- déplacements quotidiens et mobilité résidentielle

**p 32**  
p 32  
p 34  
p 35  
p 37  
p 38  
p 39

#### **TEMOIGNAGE DE QUELQUES ACTEURS PRIVILEGIES**

- du tout confort au tout compris
- un système de ramassage collectif spontané
- les étudiants : une cible à reculons

**p 40**  
p 40  
p 41  
p 42

#### **COVOITURAGE ET VOITURE EN COPROPRIETE**

- le covoiturage
- la voiture partagée

**p 43**  
p 43  
p 44

#### **UNE HOSTILITE AU CONCEPT DE MULTIPROPRIETE**

**p 46**

## SOMMAIRE

### PARTIE 2

#### **A LA RECHERCHE DE MECANISMES CUMULATIFS** **p 49**

##### **MULTIPROPRIETE ET VOITURE PARTAGEE** **p 50** **TIME SHARING AND CAR SHARING**

- l'auto-partage : un mode coopératif d'utilisation de la voiture p 52
- le libre-service : un transport public individuel p 54

##### **LA PREEMINENCE DE LA VALEUR D'USAGE SUR LA VALEUR D'USURE** **p 57**

- des habitats à intégration de services p 57
- le développement de résidences avec services p 58
- l'environnement "service" de l'automobile p 60
- les propos de la voiture communicante p 62
- la location : pour en user désabusé p 62
- la voiture et "la grande distribution" p 63

##### **LA PLATE-FORME DE SERVICES :** **p 64** **OFFRE CENTRALISEE ET RESSOURCES DELOCALISEES**

- le gisement des services de proximité p 64

##### **LE POTENTIEL DE SERVICES DE PROXIMITE** **p 66**

- bâtir une politique industrielle des services p 67
- la plupart des besoins ne formalisent pas de demande p 68
- de l'intégration à la sous-traitance p 68
- service de proximité ou proximité du service ? p 69
- près de 1 200 000 employeurs déclarés p 70
- mise en perspective p 70
- chaîne totale et ensembliers partiels p 74
- cumul des offres et panachage des services p 75
- un support physique de partenariat p 76

##### **VERS UNE POLITIQUE DES SERVICES** **p 78**

- un motif par déplacement et un usage par service p 78
- le concept de service global p 79

##### **CONCLUSION** **p 80**

##### **ANNEXE** **p 88**

- questionnaire sur le lieu de résidence p 88



1

# UNE CIBLE RÉVÉLATRICE : LES ÉTUDIANTS

## INTRODUCTION

Certains prospectivistes du logement envisagent une évolution de l'habitat vers une troisième génération, les "habitats-services", en considérant le service comme la troisième composante majeure.

La première génération correspond à la construction de l'enveloppe bâtie, la seconde à l'équipement de cette dernière en y faisant accéder les réseaux.

Jusqu'à présent, force est de constater que la spécialisation de l'habitat avec services réussie sur une échelle significative, reste liée à la privation d'habitat principal pour des raisons d'éloignement, de santé, d'événement social ou de cycle de vie. Le service peut être un élément de différenciation entre les divers "produits" de l'habitat.

D'autre part, la location de véhicules automobiles dégage de faibles marges ne reposant pas sur son activité intrinsèque.

Les succès et les expérimentations de voiture partagée sont en France très variables et très inégaux.

Quelles passerelles existent entre le champ de l'immobilier et celui de la mobilité, à travers la vie quotidienne des citoyens ? Comment ces offres de services peuvent-elles se combiner ?

De quelle logique commune participent-elles ?

Un lieu commun admet la voiture comme un élargissement de la sphère personnelle et domestique. Peu d'approches concernent l'interpénétration des modes de gestion du bâti, de la gestion locative et de l'organisation des déplacements dans un fonctionnement conjoint.

Quelles économies d'échelle trouver ?

Quelle rationalisation et quelle optimisation trouver en associant gestion locative et gestion de la mobilité ? Quelles sont les conditions de rapprochement de ces deux modes ? Comment peuvent-ils être orchestrés ? Comment s'affranchir du mode d'utilisation actuel de la voiture particulière en faire un satellite utilitaire dans un contexte de développement d'une forme de sociabilité virtuelle (internet, téléphones mobiles...) ?

Certains indices permettent de penser que des pratiques frémissantes pourraient devenir

émergentes. Quelles sont les conditions de leur élargissement, de leur intégration, ou de fusion avec d'autres prestations et lesquelles ?

Hambourg propose un quartier "sans voiture", le *Stadthaus Schlump*, où l'accès à un logement donne un droit d'accès par carte magnétique à une coopérative d'autopartage.

Certains actes de la vie professionnelle ou privée donnent lieu à la nécessité d'utiliser une voiture qui n'est pas à soi, par dépannage ou prestation incluse à une offre ; on parle alors de "voiture de courtoisie" dont l'appellation anglo-saxonne *complementary limousine* marque mieux la fonctionnalité.

Dans les pays scandinaves, l'équivalent de la journée sans voiture du 22 septembre (rebaptisée "en ville sans ma voiture") est dénommée "la voiture à la maison", évoquant notre problématique...

Ces exemples montrent sous couvert d'une approche pénalisante pour l'usage de l'automobile, un véritable mouvement de prise de conscience non pas pour moins utiliser la voiture particulière, mais pour mieux l'utiliser.

Ainsi, l'objectif n'est pas d'en rationner l'accès, mais d'en rationaliser l'utilisation.

Une première étape a passé en revue les conditions de logement des étudiants et leurs contraintes de déplacement d'un point de vue général, et plus spécifiquement sur le cas de l'agglomération tourangelle.

La répartition modale par quartiers et par sites universitaires de destination, ainsi que le type de logement et le taux de motorisation des étudiants enquêtés par quartiers, ont été mis en évidence.

Il ressort que des comportements similaires peuvent être regroupés en deux classes selon le lieu d'habitat de l'étudiant, en forte corrélation avec le type de logement et l'université fréquentée.

A un type d'habitat donné correspond un taux de motorisation particulier : de la maison à la résidence universitaire, la proportion d'automobilistes diminue, ce qui est facilement imaginable.



Cette première approche quantitative (350 étudiants enquêtés) a permis de vérifier quelques mécanismes généraux et d'avoir une vision géographique de l'implantation des sites d'enseignement supérieur et des lieux d'hébergement, dans une ville où la vocation universitaire est forte et surtout très présente en centre-ville.

Les comportements des étudiants par rapport à leur choix d'hébergement et aux moyens de déplacement qu'ils utilisent, varient selon leur cursus universitaire et le degré d'avancement dans les cycles pédagogiques.

Une approche plus qualitative a permis d'affiner la description de ces pratiques de mobilité et les logiques résidentielles mises en œuvre, d'en analyser les mécanismes d'interaction.

La seconde phase a concerné la connaissance des mutations en cours et des pratiques émergentes en terme d'utilisation banalisée ou semi-collective de la voiture particulière, ainsi que l'observation des nouvelles offres de résidences avec services de proximité.

L'objectif final de la recherche est de mettre à jour une grille d'actions et de dispositions tendant à fusionner les offres de mise à disposition de véhicules automobiles, considérée comme service du cadre domestique.

L'ambition est d'explorer les conditions de création d'une "intermodalité" entre le logement et l'automobile et la démarche tentera d'ébaucher des pistes pour élaborer un outil de gestion conjointe entre une flotte de voitures et un parc de logements.

L'enjeu essentiel concerne la préservation d'un environnement durable en milieu urbain, reposant largement sur une utilisation plus réfléchie et plus partagée de la voiture particulière. Cela ne peut que passer par une réduction du taux d'équipement, puis du taux de motorisation des ménages. L'encombrement de l'espace urbain français allié à une sous-utilisation de la voiture (en stationnement 92 % du temps) amè-

nent à se poser la question sur sa légitimité systématique.

Les pics de pollution enregistrés dans les grandes villes mobilisent l'opinion publique mais modifient peu les comportements individuels. De plus, ce ne sont pas tant les pointes critiques que l'état de la situation régulière qui sont préjudiciables pour la santé publique.

Cela incite à chercher des solutions qui ne se trouvent pas exclusivement dans le champ de la mobilité, mais qui pourraient prendre appui et origine dans d'autres domaines, notamment celui de la sphère domestique. C'est en s'intéressant à la chaîne des activités de tous les jours, et en rapprochant les logiques de mobilité résidentielle et de mobilité quotidienne, que des améliorations de fond pourront être trouvées.

De plus, nous savons que partout où l'offre en transports collectifs s'accroît en quantité et en qualité, leur fréquentation augmente significativement... ainsi que l'utilisation de la voiture particulière. Cela est largement dû au fait que la mobilité est devenue une valeur sociale forte, participant largement à définir l' "habitus" de chacun. C'est, par exemple, ce que l'on vérifie en Suisse où un taux de fréquentation des transports en commun élevé cohabite avec un des plus forts taux de motorisation d'Europe. Le concessionnaire Nissan de Zürich l'a parfaitement compris en offrant un an d'abonnement aux TC de la ville à tout acquéreur d'une voiture de cette marque. Cela illustre la bonne intelligence dans laquelle pourraient vivre les automobiles, les transports collectifs, et les villes.

Rien ne sert d'être pour les TC et prendre sa voiture, ni même d'être contre la voiture et ne jamais l'utiliser.

L'enjeu véritable est le renforcement des pratiques de multimodalité, avec l'intermodalité TC-VP comme configuration optimale qui reste toujours à trouver.

Ainsi, le sens de cette recherche est de réfléchir à

une autre forme d'intermodalité en remontant en amont dans la chaîne de déplacements pour passer dans celle de la vie quotidienne, pour "raccrocher la planification des déplacements de la journée à la préparation du petit-déjeuner", intégrer le coût des déplacements à celui du loyer ou du crédit de manière plus effective.

**CAFÉ, THÉ OU  
VOITURE ?**

Désormais, dans toute l'Europe, votre voiture est livrée **GRATUITEMENT** dans plus de 400 hôtels : Sofitel, Novotel, Mercure et Ibis quand vous réservez de l'hôtel.

Service exclusif offert par les hôtels Accor et Europcar.



[www.europcar.com](http://www.europcar.com)

# UNE GÉNÉRATION DE PRÉDILECTION ?

La particularité de l'Agglomération Tourangelle est d'avoir maintenu et développé une université multi-sites dans le centre-ville ou à sa proche périphérie.

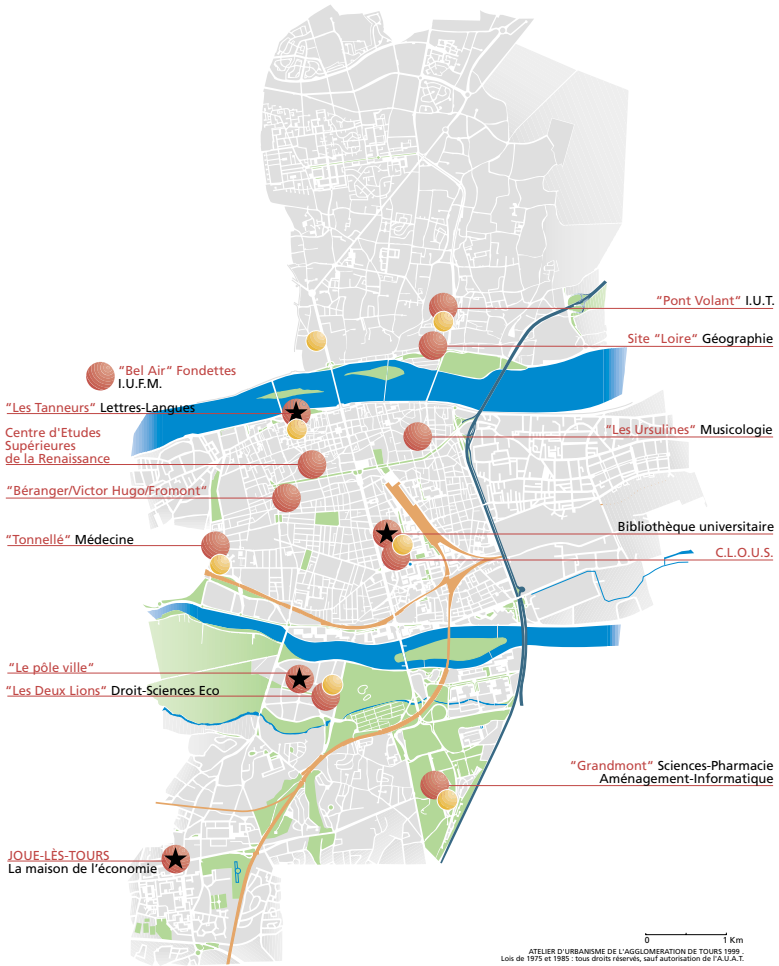
Le nombre d'étudiants est proche de 27 000, représentant 1 habitant sur 5 de la ville de Tours, dont 80% habitent dans la ville centre. 64% sont localisés entre la Loire et le Cher.

Le marché de l'immobilier axé sur la résidence étudiante s'est considérablement développé depuis une dizaine d'années. La construction neuve depuis 1990, en petits logements, est estimée à plus de 3 000 logements, soit près de 40% de la construction tourangelle dans la même période. Les acteurs privés ou institutionnels sont multiples et les types de services offerts sont très variables d'une résidence à l'autre.

Le problème de la mobilité motorisée individuelle et celui du stationnement se posent avec acuité tant sur les sites universitaires que dans les lieux de résidence.

Il semble que les jeunes et notamment les étudiants sont à la recherche d'outils innovants et souples d'utilisation, qui ne les engagent pas vers un avenir rigide et fermé. A priori, ils peuvent permettre de tester et d'augurer les tendances et changements plus profonds de la société de demain.

Les étudiants constituent un champ d'observation particulièrement riche, représentant un vivier de comportements diversifiés, contrastés, évolutifs sur une période de temps très courte où la volatilité et la progression des attitudes permettent de balayer des configurations de mobilité résidentielle et de déplacements quotidiens très variables, l'une restant fortement liée à l'autre. L'observation de cette interrelation est plus évidente



chez cette catégorie de population. L'étude du couplage entre habitat et mobilité centré autour de la notion de partage permet d'envisager un grand nombre d'articulations possibles.

Ce moment de la vie reste une référence et laisse une marque profonde dans l'existence ultérieure des individus qui peut imprimer et induire des réflexes sur le long terme.

Les échantillons de populations étudiantes différenciées montrent des logiques résidentielles qui varient en fonction des sites universitaires et des cycles d'étude. Ainsi, les types de mobilité et les chaînes de déplacements évoluent en fonction des cycles de vie des étudiants à rattacher à leur degré de maturité, de conjugalité, de motorisation.

Au début de leur cursus les étudiants se localisent plutôt à proximité de leurs lieux de cours. En fin d'études, ils habitent au centre-ville ou en périphérie d'agglomération.

L'automobilité se déclare de plus en plus jeune et de manière plus large. Inciter à partager une voiture constitue une "révolution culturelle" et les chances de succès d'une telle démarche seront renforcées si elle s'adresse à une population réceptive et apte à adhérer au changement.

Les étudiants semblent posséder cette caractéristique, d'autant plus qu'ils mettent en avant des critères d'ordre économique et écologique dans leurs choix de vie.

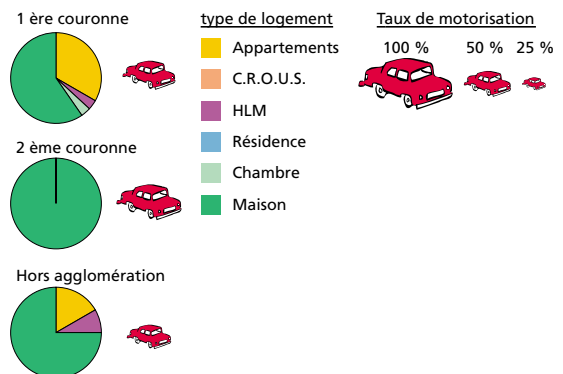
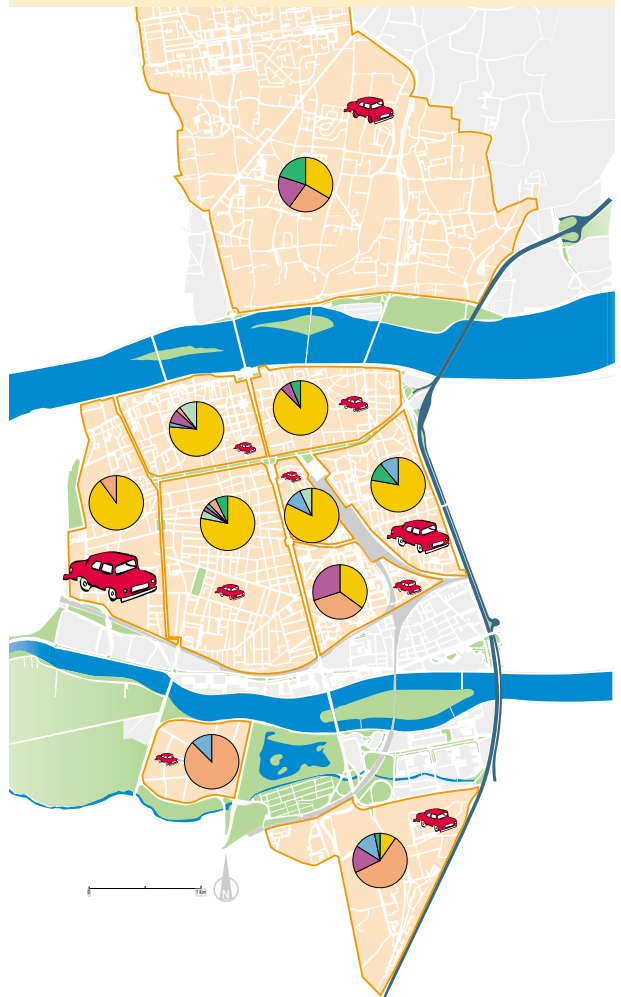
Les résultats de l'enquête tendront à montrer une proposition inverse.

Le positionnement stratégique en termes d'image et de modes de vie est appréhendé. Il y a une quinzaine d'années, le futur acquéreur d'un véhicule particulier voulait ressembler à sa voiture, puissante et sportive. Actuellement, on énonce le fait, que le client recherche une voiture qui lui ressemble, pratique, sûre, confortable et économe.

Ainsi, il semble que les référents d'identification se soient inversés dans une tendance de simplification et d'authenticité.

Quels critères d'identification et d'image peuvent être comparés entre le logement et les outils de mobilité individuelle ? Quels parallélismes autoriseraient une intégration des modes de gestion ?

**MOBILITÉ DES ÉTUDIANTS**  
TYPE DE LOGEMENT ET MOTORISATION  
DES ÉTUDIANTS ENQUÊTÉS PAR QUARTIER



## EXPLOITATION DES QUESTIONNAIRES MÉTHODOLOGIE

Les étudiants sont enquêtés sur leur lieu d'habitat quant à leurs pratiques de mobilité de recours aux services de la résidence, et aux aléas de la vie en commun.

Plusieurs types de résidences ont été choisis parmi l'offre institutionnelle et privée : logement indépendant, logement dans résidence avec services, logement groupé, pour tenter de mesurer les variations de comportement de mobilité selon le niveau de service offert lié à l'habitation.

Les étudiants sont testés sur leur adaptabilité, leur réactivité, leur sentiment citoyen en terme de déplacement urbain.

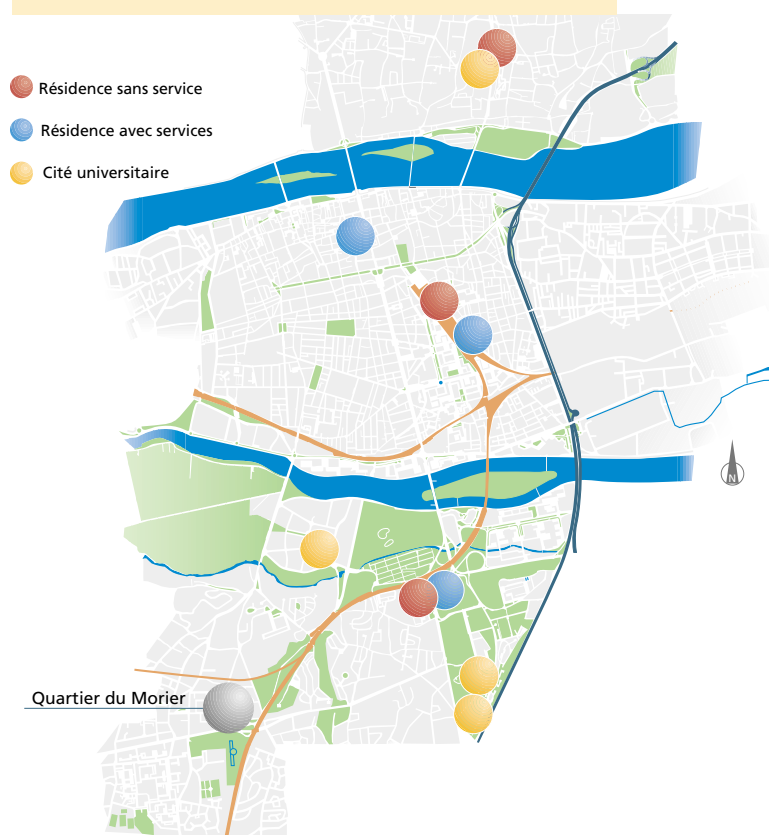
Les aspects d'ordre psychologique sont explorés quant à la notion de propriété et de partage de la voiture et des éléments de la vie quotidienne.

Une cible spécifique a été observée, concernant les étudiants ayant fait le choix de partager un logement à plusieurs. Les conséquences sur leurs habitudes de déplacement ont été analysées au regard de la manière dont ils se répartissent les tâches ménagères, ou gèrent les équipements et activités en commun,...

La sensibilité à l'instauration d'un système intégré est abordée en associant des critères quantitatifs et qualitatifs, faisant appel à la méthode des préférences déclarées. Cette étape a pour objectif de faire surgir l'idée de bénéfices et d'avantages à se débarrasser d'un usage trop systématique de la voiture. La notion se rattache directement à l'optimisation du stationnement résidentiel.

Le questionnaire (à consulter *in extenso* en annexe) a été posé à un échantillon de 55 étudiants. Cet échantillon n'est pas aléatoire mais a été

### MOBILITÉ DES ÉTUDIANTS RÉSIDENCE ENQUÊTÉES PAR QUARTIER



choisi. La population démarchée n'est en aucun cas proportionnelle à la réalité sociologique et géographique de la population étudiante tourangelle. De fait, le choix s'est d'abord porté sur les populations en fonction de leur habitat, plus spécifiquement en fonction du type de résidence (avec ou sans services), et au regard du type d'occupation (collective avec nombre variable de locataires). Ainsi, l'enquête a porté sur un échantillon pré-sélectionné :

.cités universitaires de Tours-Nord, Grandmont et des Deux-Lions,

.résidences avec services de l'Alouette, rue Marceau, rue Edouard Vaillant,

.résidences sans service de l'Alouette, Gare et Tours-Nord,

.logements privés quartiers des Halles, Cathédrale, Vieux-Tours, Prébendes,

.logements HLM du Sanitas, de la Rotonde, de Grandmont, de Joué-lès-Tours,

.personnes résidant à Joué-lès-Tours, Chambray-lès-Tours, Saint-Pierre-des-Corps et hors agglomération.

Pendant, une certaine diversité socio-culturelle

a été recherchée. Le choix, s'il tenait en partie du hasard, fut également conditionné par nos "balades" sur les différents terrains, lesquelles nous ont permis de mieux appréhender la diversité des personnes y résidant en tentant de la restituer pour éviter d'exclure de l'échantillon une population ou une autre. Cette démarche qualitative n'a peut-être pas la rigueur scientifique d'un échantillonnage proportionné mais elle a la valeur certaine d'un travail prenant appui sur une pré-enquête de type ethnographique dont l'apport démonstratif ne saurait être nié.

L'objectif était de toucher en priorité les habitants des résidences étudiantes munies de services. La majorité des questionnaires a donc été posée au sein même de ces résidences.

L'enjeu du questionnaire est d'évaluer l'intérêt porté par les étudiants à des offres innovantes alternatives à l'utilisation voire à la possession de la voiture particulière.

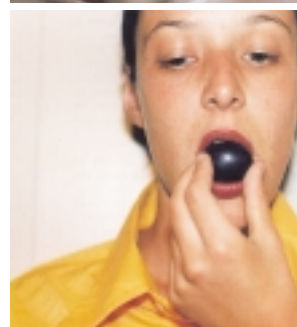
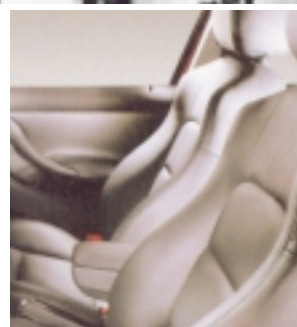
Trois de ces offres leur étaient proposées :

- .un système de location de voiture courte durée (journée maximum),
- .un système de mise à disposition d'une voiture commune dans la résidence ou à proximité immédiate,
- .l'achat à plusieurs d'une voiture (cette dernière proposition, ayant été très peu plébiscitée, n'a pas été retenue dans les analyses).



Le questionnaire doit permettre de relever les typologies d'étudiants intéressés ou non par l'un des services à la mobilité proposés. Un certain nombre d'hypothèses ont été formulées, ce qui a permis de construire le questionnaire en dégageant des thèmes :

- le logement,
- la famille,
- le système de relations sociales,
- l'image de la voiture,
- l'automobilité actuelle.



# PANORAMA SUR LES MODES D'HABITATION ET LA MANIÈRE DE VIVRE LA VOITURE

## LE LOGEMENT

Deux grandes catégories de logements sont représentés à travers le questionnaire, les T1 et les T3-T4. Ils concernent 3/4 des logements habités par les étudiants.

**T1 50% T2 15% T3-T4 25% T5 et + 10%**

Ceci est un reflet de l'offre du marché tourangeau. La demande d'espace des étudiants reste faible, compte tenu du mode de vie spécifique à cette population, caractérisée par une forte sociabilité externe. Elle est aussi largement conditionnée par le coût du m<sup>2</sup>. 50% des loyers payés restent inférieurs à 1.000F et 95% inférieurs à 2.000F.

La rationalité économique voudrait que des étudiants partagent à plusieurs un Type 3 ou 4, ouvrant à l'ALS/APL. Ce choix est le moins coûteux, mais il se heurte à plusieurs limites.

Différents phénomènes se télescopent :

une production de masse de petits logements dans la dernière décennie (grâce aux incitations Méhaignerie et Perisol),

une nouvelle pratique parentale émergente, consistant à l'achat de studios ou T1 pour leurs enfants étudiants et loués quand ces derniers entrent dans la vie active,

une méconnaissance de cette rationalité objective, une recherche d'autonomie par le logement, laquelle est caractéristique de l'entrée dans la vie adulte ; il s'agit plus d'une rupture symbolique



avec l'entourage familial conduisant l'étudiant à préférer vivre seul pour marquer son indépendance par rapport aux parents.

Les T2 ne représentent qu'environ 15% des logements habités, avec un loyer moyen de 2.000F. Curieusement, ce sont des logements beaucoup plus partagés que les T3-T4. Cela s'explique par le fait que les T3-T4 loués par les étudiants sont avant tout des logements publics (HLM) au contraire des T2 qui restent privés. Le loyer fait donc ici la différence avant même le marché. Avec le système d'aide au logement (APL/ALS), un T3-T4 public est aussi cher, voire moins cher qu'un T2 privé. A ce propos, ce soutien public paraît être une caractéristique majeure de la vie estudiantine. 3/5 des étudiants enquêtés déclarent bénéficier d'une aide pour leur logement. Ce taux monte à 2/3 pour les étudiants vivant seuls.



## UTILISATION DE LA VOITURE

Environ 55% des étudiants enquêtés se déclarent utilisateurs de la voiture.

Le motif déclenchant l'utilisation de la voiture (plusieurs réponses possibles) semble avant tout être les loisirs (2/3) puis le retour du week-end au foyer familial (1/2). Avec seulement 25% des cas, les trajets logements - université n'apparaissent pas comme un motif dominant. De fait, les étudiants conçoivent d'aller à la fac autrement qu'en voiture. Cette donnée traduit en outre la possibilité qu'offre à Tours le réseau de transports collectifs pour se rendre sur les sites universitaires. Il est effectivement moins performant pour une utilisation de loisirs (activités sportives ou vie nocturne notamment).

1/3 des étudiants enquêtés répondent ne jamais utiliser la voiture. Pourtant, un certain nombre de personnes répondent également dans des items "utilisateurs". Il s'agit soit des passagers, soit des conducteurs occasionnels (utilisant la voiture des parents le week-end notamment) qui se considèrent partie prenante des deux catégories.

1/3 de ces personnes se déclarant "non-utilisateurs", pratiquent le covoiturage pour aller à la fac et/ou pour le retour du week-end et 60% d'entre eux pour les loisirs.

Une autre idée forte consiste dans la définition de ce que signifie "utiliser la voiture". Pratiquement, elle **est très corrélée avec le fait d'être conducteur**. 9 "non-utilisateurs" de la voiture sur 10 l'utilisent pourtant (passager, conducteur occasionnel) et 1/3 pratiquent régulièrement le covoiturage comme passager, pour deux des trois motifs précédemment mentionnés.



## LOCATION DE VOITURE SUR COURTE DURÉE

Plus de la moitié des étudiants enquêtés déclare être intéressée par un système de location courte durée de voiture.

Près de la moitié serait intéressée par la mise à disposition d'une voiture par la résidence ou à la proximité immédiate.

30% seraient intéressés par ces deux propositions.

5% seulement osent imaginer l'investissement à plusieurs dans une voiture.

1/3 des enquêtés n'est intéressé par aucune de ces propositions.

On note à l'observation de ces données l'importance de la **rupture de propriété** apparente comme **condition de l'intérêt pour un partage de véhicule**. Alors que le rejet d'un achat de véhicule à plusieurs est presque unilatéral, plus le sentiment d'appartenance du véhicule emprunté est dilué par la présence d'intermédiaires, plus l'attrait pour une location croît. Ainsi, une petite moitié des personnes interrogées confirme son intérêt pour un système de location interne à leur résidence, car une partie y voit encore un lien, même ténu, de propriété. Quand le système de location s'externalise complètement alors plus de la moitié y trouve son compte. Il semble bien que les systèmes de location courte durée ou de mise à disposition d'une voiture transforment celle-ci

en service, en dégageant toutes les charges liées à la propriété (assurance, entretien...) vers une tierce personne (gérant, régisseur, agence...). Dès lors, l'absence de propriété n'est plus rédhibitoire. Ce défaut de propriété s'estompe derrière la liberté accrue (et l'absence de contraintes de propriété) que donne un service dont on entend disposer sans contrainte véritable.





## IMAGE DE LA VOITURE

Dans les différentes propositions offertes, 4/5 des étudiants enquêtés déclarent voir la voiture comme "un moyen pour aller de A à B" et 1/4 comme "un wagon où s'entassent les copains pour aller faire la fête".

On peut donc constater que la **voiture** est avant tout pour les étudiants **un objet fonctionnel**.

Les items liés au culte de la voiture (mécanique, puissance, bel objet...) ont très peu été cités. Ce constat est corrélé avec les caractéristiques des véhicules dont usent les étudiants. Majoritairement des petites voitures, des bas ou milieu de gamme, des cylindrées peu importantes, elles ne peuvent guère susciter d'engouement mécanique ou esthétique. Seuls quelques très rares passionnés semblent prêts à se dévouer au culte de leur voiture, fut-ce, aux dires de certains, au prix de sacrifices dans d'autres domaines (logement, alimentation, loisirs).



	% d'étudiants ayant cité la réponse (plusieurs choix possibles)
Arbre à came, pistons, cardans, vilebrequins et huile de vidange.	4%
Jantes alu, ronce de noyer, intérieur cuir et décapotable.	11%
Un moyen pour aller d'un point A à un point B.	<b>76%</b>
Une caisse toujours en panne, qui pollue, consomme trop et qui coûte une fortune tant pour la faire rouler que pour la garer.	16%
Accélération, puissance, reprise et sensations.	16%
Un wagon où s'entassent les copains pour aller faire la fête.	<b>25%</b>

# CORRÉLATIONS MANIÈRE DE VIVRE ET MOYENS DE SE DÉPLACER

CROISEMENT LOCATION COURTE DURÉE /  
VOITURE MISE À DISPOSITION /  
LOGEMENT

## Hypothèse

Le logement collectif est plus porteur d'un système de location courte durée de voiture ou d'une utilisation commune d'une voiture mise à disposition.

## Remarque

La notion de logement collectif a été comprise par les étudiants de deux façons différentes :

- . en opposition à la maison individuelle,
- . comme logement habité à plusieurs.

Quel que soit le sens compris par l'enquête, la même hypothèse peut néanmoins être formulée.

## Résultats

17 étudiants déclarent habiter dans un logement collectif.

8 sont intéressés par la location courte durée, soit environ 50%

8 sont également intéressés par l'utilisation commune d'une voiture mise à disposition, soit environ 50%

38 étudiants déclarent habiter dans un logement individuel.

19 sont intéressés par la location courte durée, soit environ 50%

16 sont également intéressés par l'utilisation commune d'une voiture mise à disposition, soit plus de 40%

Le type de logement n'est donc pas une variable pertinente pour discriminer les personnes intéressées



par la location courte durée ou l'utilisation commune d'un véhicule mise à disposition.

On peut penser qu'il a été intégré que la location puisse exister "au coin de la rue", indépendamment des caractéristiques du logement ou du rattachement du service à un bâtiment préalablement identifié.

## Hypothèse

Le logement public touche une population disposant de moindres ressources pouvant être intéressée par des solutions alternatives à l'achat d'une voiture

## Résultats

36 étudiants habitent dans un logement privé.

40% sont intéressés par la location courte durée d'une voiture.

19 étudiants habitent dans un logement public.

60% sont intéressés par la location courte durée d'une voiture.

L'hypothèse se vérifie, **le logement public est un facteur discriminant de l'attrait vers la location courte durée**. Des revenus plus faibles incitent les étudiants à prêter une oreille plus attentive et à se tourner plus volontiers vers des alternatives à l'achat individuel d'un véhicule.

CROISEMENT UTILISATEURS DE VOITURE /  
PROPRIÉTAIRE DE VOITURE /  
LOCATION COURTE DURÉE

### Hypothèses

**Hypothèse 1** : L'utilisateur de voiture peut ne pas éprouver le besoin d'avoir une solution alternative de déplacement.

**Hypothèse 2** : Le non-utilisateur de voiture, par manque d'habitude à la conduite (absence de permis...) pourrait ne pas pouvoir ou oser utiliser la location courte durée.

### Remarque

Les tris à plat avaient montré qu'il y avait ambiguïté dans le fait d'être utilisateur ou non d'une voiture et que les étudiants non conducteurs ne se sentent pas utilisateurs.

### Résultats

Il y a 30 utilisateurs déclarés de la voiture.  
15 sont intéressés par la location courte durée, soit 50%

Il y a 25 étudiants non utilisateurs de la voiture  
12 sont intéressés par la location courte durée, soit près de 50%

**Le fait d'utiliser ou non régulièrement une voiture n'altère pas l'attrait pour la location courte durée.** Si les non utilisateurs y voient une ouverture à l'automobile et à ses possibilités, les personnes déjà utilisatrices considèrent cette offre comme une opportunité supplémentaire de dépasser d'éventuelles contraintes liées à la non disponibilité de leur véhicule (véhicule parental, partagé avec un colocataire, immobilisé pour réparation...).



### Hypothèse

Le fait de posséder une voiture peut limiter l'attrait pour un système de location courte durée.

### Résultats

Sur 30 utilisateurs de la voiture, 14 sont propriétaires de leur véhicule, 16 sont non propriétaires. 1/5 des propriétaires sont intéressés par la location courte durée.

3/4 des non propriétaires sont intéressés par la location courte durée.

Les non possesseurs de voitures sont 3,5 fois plus intéressés que les propriétaires. C'est moins vrai en ce qui concerne l'utilisation commune d'une voiture mise à disposition pour laquelle 30% des propriétaires sont intéressés et 60% des non propriétaires soit "seulement" deux fois plus.

La location courte durée ou l'utilisation commune d'une voiture sont bien ressenties comme des opportunités supplémentaires d'avoir un véhicule à disposition pour des utilisateurs mais non possesseurs d'une voiture.

Pour les propriétaires, la mise à disposition d'une voiture apparaît néanmoins comme une solution de dépannage ou d'avoir un second véhicule (pour les couples notamment).

L'hypothèse est vérifiée, **la possession d'une voiture est un facteur discriminant.**

CROISEMENT QUARTIER HABITÉ /  
LOCATION COURTE DURÉE

### Hypothèses

**Hypothèse 1** : Plus on s'éloigne du centre, plus le besoin de voiture grandit, plus la location courte durée peut être intéressante.

**Hypothèse 2** : Plus on s'éloigne du centre, plus on est motorisé, moins on est intéressé par la location courte durée.

### Remarques

Les étudiants enquêtés ont été classés selon qu'ils habitent dans l'hypercentre de Tours, dans les autres quartiers de Tours, dans une commune de première couronne, dans une autre commune de l'agglomération (aire du schéma directeur), à l'extérieur de l'agglomération.

L'hypercentre comprend les quartiers : Jean Jaurès / gare, Lamartine / Plumereau, Colbert / Cathédrale. Au-delà de la 1<sup>ère</sup> couronne, l'échantillon devient très faible et inexploitable.

### Résultats

	<i>Intéressés par location courte durée</i>
Hypercentre	2/3
Quartiers de Tours	1/2
1 <sup>ère</sup> couronne	1/2

Plus l'étudiant habite loin du centre de Tours, moins il est intéressé par un système de location courte durée. Il semble que c'est donc l'hypothèse 2 qui est validée.

Plusieurs explications peuvent être formulées.

L'éloignement conduit à :

- .des motorisations plus fortes ou une nécessité ressentie de motorisation plus forte,
- .des besoins de voiture pour aller plus loin et donc d'en user plus longtemps, l'intérêt est ainsi moindre pour la courte durée,
- .de moindres problèmes de stationnement dans les espaces ruraux ou périphériques que dans

l'hypercentre de Tours,

.des interrogations accrues sur l'endroit où se ferait la prise et la remise du véhicule quand la personne n'habite pas véritablement "en ville" ou dans un secteur d'habitat dense.

Il est intéressant à ce propos de constater qu'il y a immédiatement ou presque une assimilation certaine de ce que représente la location courte durée, ses contraintes et ses intérêts.

**Le quartier habité est un facteur discriminant de l'attrait pour la location courte durée.**



CROISEMENT FAMILLE NOMBREUSE /  
LOCATION COURTE DURÉE

### Hypothèse

Le fait d'avoir vécu dans une famille nombreuse peut être un élément décisif dans le plus ou moins fort sentiment de propriété et dans la capacité à partager. La préexistence d'une habitude de mise en commun agirait alors comme un facteur d'accroissement de l'intérêt pour les alternatives à la propriété individuelle de la voiture.

### Remarque

Il y a parfois contradiction entre le sentiment d'appartenir à une famille nombreuse et le nombre de personnes qui compose cette famille. Certains étudiants avec un seul frère ou une seule sœur déclarent appartenir à une famille nombreuse alors que d'autres ont déclaré l'inverse avec un nombre de frères et sœurs bien supérieur. C'est bien le sentiment d'appartenance ou non à une famille nombreuse qui nous a intéressé ici et non la taille réelle de la famille.

### Résultats

19 étudiants ont déclaré appartenir à une famille nombreuse, 11 sont intéressés par la location courte durée, soit 60%.

36 étudiants ont déclaré ne pas appartenir à une famille nombreuse, 16 sont intéressés par la location courte durée, soit 45%.

**Le fait d'appartenir à une famille nombreuse renforce l'attrait pour un système de location courte durée.**

Le même croisement avec l'utilisation commune d'une voiture mise à disposition donne des écarts encore plus importants, puisque 2/3 des étudiants appartenant à une famille nombreuse sont intéressés par un tel système contre 1/3 de ceux qui n'appartiennent pas à une famille nombreuse.

Cet écart encore plus important s'explique par une habitude de mise en commun préexistante. Il

semble qu'il faille y voir l'influence d'une organisation familiale de type communautaire ou familiale élargie. Rompus au partage pour divers objets et tâches, les étudiants issus de ces familles rechignent moins à un manque d'appropriation individuelle du véhicule. Nous pouvons même peut-être y trouver chez certains d'entre eux la réponse à un désir de partage et d'utilisation commune du véhicule (pratique de voyage en commun, y compris pour les courtes distances).

**Le fait d'appartenir à une famille nombreuse est un facteur très discriminant pour un système d'utilisation commune d'une voiture mise à disposition.**



## CROISEMENT RÉSIDENCE SERVICES / LOCATION COURTE DURÉE

### Hypothèse

Le fait de choisir une résidence pour les services qu'elle propose montre une sensibilité à la notion de service et donc accroît l'intérêt pour la location courte durée ou la mise à disposition d'une voiture commune.

### Résultats

9 étudiants ont choisi leurs résidences pour leurs services.

6 sont intéressés par la location courte durée (5 par la voiture commune), soit 2/3.

46 étudiants n'ont pas choisi leurs résidences pour leurs services.

21 sont intéressés par la location courte durée (19 par la voiture commune), soit moins de 1/2.

L'hypothèse est vérifiée, **la sensibilité à la notion de service accroît l'intérêt pour la location courte durée ou la mise à disposition d'une voiture commune.**

### Remarques

La location courte durée est ici plus attractive que la mise à disposition d'une voiture commune qui apparaît davantage comme une charge supplémentaire répartie entre les colocataires, alors que la location s'apparente à un vrai service, extériorisé par rapport à la résidence, utilisé à discrétion et payé seulement dans ce dernier cas.

La voiture mise à disposition dans une résidence manque de référence au contraire de la location courte durée. Quelles que soient les modalités de sa mise en œuvre, cette dernière reste un système de location similaire à ceux existant sous d'autres formes ici ou là. Au contraire la voiture mise à disposition dans la résidence souffre de réticences accrues liées, au-delà de la méconnaissance du phénomène comparativement à l'autre proposition, à l'incertitude quant au coût réel que

cela pourrait occasionner dans les charges locatives des logements auxquels le service serait rattaché.



CROISEMENT DIFFICULTÉ DE STATIONNEMENT /  
LOCATION COURTE DURÉE

### Hypothèse

Les difficultés de stationnement constituent une des contraintes principales dans l'utilisation de la voiture. L'hypothèse n'est formulée que si un système de location courte durée réduit fortement ces difficultés ; il en sera d'autant plus attractif.

### Remarque

Plusieurs questions ont permis d'obtenir des renseignements quant aux difficultés de stationnement. Elles portaient sur les difficultés à la faculté et les difficultés sur le lieu de domicile.

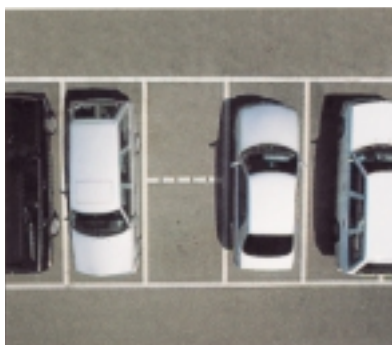
### Résultats

Difficultés de stationnement à la fac  
50% des étudiants éprouvant des difficultés de stationnement sur leur lieu d'étude sont intéressés par la location courte durée. Ce chiffre n'est pas supérieur à la moyenne des étudiants intéressés.

Difficultés de stationnement au domicile

Sur 14 étudiants éprouvant des difficultés de stationnement sur leur lieu de domicile, 6 sont intéressés par la location courte durée.

L'hypothèse n'est pas vérifiée, **les mauvaises conditions de stationnement en général n'entraînent pas une réceptivité plus importante à un système de location courte durée** pas plus d'ailleurs qu'elles n'entraînaient un abandon, même temporaire, du véhicule, ou une pratique accrue du co-voiturage, ou une utilisation supplémentaire des transports collectifs.





CROISEMENT RELATIONS SOCIALES /  
LOCATION COURTE DURÉE

Afin d'évaluer le degré de sociabilité des étudiants enquêtés, la liste des 5 phrases suivantes leur était proposée, dans laquelle ils pouvaient choisir 2 items qui leur correspondaient le mieux :

- a/ J'ai toujours besoin d'être avec du monde, de tout partager.
- b/ J'ai toujours préféré le tennis au football ou au volley.
- c/ J'ai des amis mais j'apprécie la solitude.
- d/ Dès que je suis seul, je déprime.
- e/ Je préfère généralement les sorties programmées plutôt qu'improvisées.

**Hypothèse**

La réponse "e" (préfère les sorties programmées) révèle de notre point de vue une certaine capacité d'organisation qui, a priori, devrait conduire à un recours moins fréquent à la location courte durée.

**Résultats**

9 étudiants ont choisi cet item.  
3 sont intéressés par la location courte durée, soit 1/3.  
46 étudiants n'ont pas choisi cet item.  
24 sont intéressés par la location courte durée, soit 1/2.

L'hypothèse est vérifiée, **le fait d'être ou non organisé est un facteur discriminant quant à la location courte durée.** L'anticipation des déplacements, résultante d'une organisation accrue, permet d'aménager préalablement d'autres types de locomotion et/ou de déplacements. Elle incite moins à recourir à la location courte durée.

Les modes de vie des étudiants enquêtés reposent majoritairement (84 %) sur l'improvisation des activités.

Cela peut être un facteur favorable au recours d'un véhicule à emprunter ou louer ponctuellement pour faire face à une situation où le recours

à l'automobile est essentiel, sachant que l'utilisation de cette solution requiert une réservation préalable, et donc une planification minimum.

**Hypothèse**

La forte sociabilité augmente l'intérêt de la mise en commun de voiture, soit par la location de courte durée, soit par l'utilisation commune d'une voiture mise à disposition.

**Résultats**

32 étudiants ont choisi un des items qui impliquent une forte sociabilité («a» ou «d»).  
20 sont intéressés par la location courte durée, 21 par l'utilisation commune d'une voiture mise à disposition soit à chaque fois près de 2/3.  
8 étudiants ont choisi les 2 items qui impliquent une forte sociabilité («a» et «d»).  
6 sont intéressés par la location courte durée soit 3/4.  
23 étudiants n'ont choisi aucun des 2 items qui impliquent une forte sociabilité (ni «a», ni «d»).  
Seulement 10 sont intéressés par la location courte durée soit moins de 1/2.

L'hypothèse est vérifiée, **plus la sociabilité de l'étudiant est forte, plus sa mobilité est grande et surtout plus cette mobilité est improvisée, plus l'intérêt pour la location courte durée ou la mise à disposition d'une voiture commune grandit.**

**Remarque**

Un des moyens de développer la location courte durée pourrait être de la *publiciser* sur les lieux de forte sociabilité, notamment sur les espaces publics concentrant des activités collectives de loisirs ou de sociabilité (lieux de concentration des bars, discothèques, salles de spectacles, restaurants, salles de sports, espaces de loisirs...).

Le terme *publiciser* regroupe les notions de visibilité, d'identité, de promotion, de service public. L'idée est d'appréhender la voiture comme un transport public, un élément urbain, à travers les thèmes de la solidarité, du lien social, de l'inscription dans la ville.



### Croisement Emploi / Location courte durée

#### Hypothèse

Le fait d'avoir un emploi accroît la nécessité d'avoir son propre véhicule et donc diminue l'attrait pour une solution alternative de déplacement.

#### Résultats

18 étudiants ont déclaré avoir un emploi. 9 sont intéressés par un système de location courte durée, soit 50% ce qui est dans la moyenne de l'ensemble des étudiants, quels qu'ils soient.

L'hypothèse n'est pas vérifiée, **le fait d'avoir un emploi n'a pas d'incidence sur l'attrait pour la location courte durée**. Le fait d'occuper un emploi n'accroît ni le désir ni la nécessité d'avoir son propre véhicule. La régularité de l'utilisation inhérente au fait d'occuper un emploi ne décuple pas le désir ou le souci d'être propriétaire. Les alternatives à la propriété ne sont pas perçues plus discriminantes pour les travailleurs que pour les non travailleurs.



### CROISEMENT ELEMENT DÉCLENCHEUR DE LA VOITURE / LOCATION COURTE DURÉE

#### Objectif

Analyser quel est le motif déclencheur de l'utilisation de la voiture qui suscite le plus d'intérêt pour un système de location courte durée.

#### Remarque

Le fait d'avoir un motif déclencheur de l'utilisation de l'automobile ne signifie pas que l'étudiant n'utilise pas la voiture pour les autres motifs.

Motif déclencheur	Etudiants concernés	% intéressés par la location courte durée
Faculté	8	35%
Loisirs	17	60%
Retour week-end	13	40%

#### Résultats

L'attrait pour la location courte durée se fait principalement pour un motif loisirs. Le déplacement lié à la faculté ne nécessite pas ce recours. L'image de la location courte durée reste donc bien celle d'une utilisation exceptionnelle, et non-régulière telle qu'elle existe déjà aujourd'hui pour d'autres types de location.

Sur les tris à plat, les loisirs sont également l'élément déclencheur de l'utilisation de la voiture. On constate ici qu'avoir une voiture ou la louer répond aux mêmes désirs étudiants. On relèvera même que les pratiques étudiantes liées à l'usage d'un véhicule ne diffèrent pas que les étudiants soient propriétaires, locataires, usagers, conducteurs ou passagers.

Ces résultats sont à rapprocher de ceux constatés dans le cadre de l'*auto-partage* où ce type de solution n'est pas approprié au motif domicile-travail. Les déplacements pratiqués avec ces systèmes sont occasionnels ou ponctuels, effectués sur des trajets complémentaires dans le temps et dans l'espace avec les transports collectifs.

CROISEMENT RETOUR WEEK-END /  
LOCATION COURTE DURÉE

### Résultats

38 étudiants rentrent régulièrement le week-end chez leurs parents.

50% sont intéressés par la location courte durée.

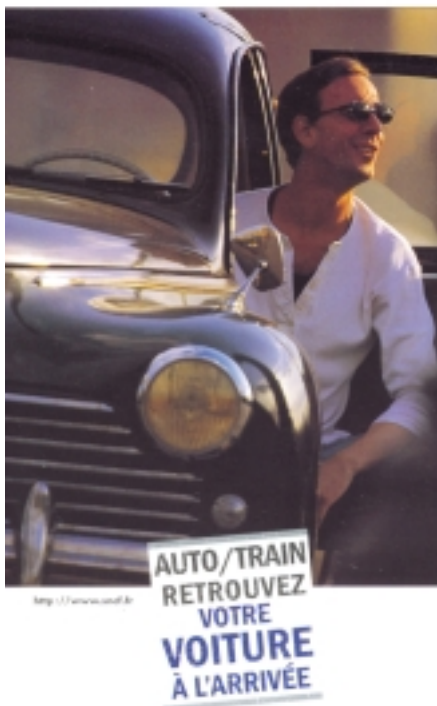
17 étudiants ne rentrent pas régulièrement le week-end chez leurs parents.

60% sont intéressés par la location courte durée.

Le fait de rentrer chez les parents le week-end occasionne souvent le besoin de posséder son propre véhicule et donc fait moins voir l'intérêt d'une offre alternative.

La location **courte durée** est ainsi discriminante pour les étudiants quittant la ville durant un week-end **complet**.

Regardez comme votre voiture  
est reposée  
après une nuit dans le train.



CROISEMENT RÉCEPTEUR DE SERVICES /  
LOCATION COURTE DURÉE

### Hypothèse

Les utilisateurs d'un service innovant tel un e-mail seront plus réceptifs à un service à créer, comme la location courte durée.

### Résultats

Sur les 32 utilisateurs d'e-mail, 40% sont intéressés par la location courte durée et 50% par l'utilisation commune d'une voiture mise à disposition.

L'hypothèse n'est pas vérifiée. **L'utilisation d'e-mail n'accroît pas l'attrait pour la location courte durée** pas plus que pour un service de mise à disposition de véhicule.

La différence d'intérêt entre les deux propositions s'explique sans doute par le fait que l'utilisateur d'e-mail est plus sensible, plus attiré par ce qui est à portée de main. L'e-mail est un service immédiatement disponible, aspect que l'on désire décalquer sur d'autres services telle la voiture à disposition dans la résidence.

Il a été demandé aux étudiants enquêtés quelles sont les deux phrases qui leur correspondent le mieux parmi celles qui suivent :

a/ *Je me méfie un peu de ce que l'on appelle les avancées technologiques.*

b/ *Je n'ai rien contre les technologies nouvelles mais j'attends que les autres les essaient avant moi.*

c/ *Je suis toujours intéressé par le changement.*

d/ *DVD, Internet ou Monéo n'ont plus de secret pour moi.*

### Hypothèse

Les étudiants ayant choisi les phrases qui révèlent un certain goût pour la nouveauté ou la modernité (c et d) seront plus intéressés par un service émergent comme la location courte durée.

### Résultats

Sur les 17 étudiants ayant choisi les items c et d, les "plus réceptifs à l'innovation", seulement

40% sont intéressés par la location courte durée (et 35% par la voiture mise à disposition).

Sur les 7 étudiants ayant choisi les items a et b, les "attentistes", 70% sont intéressés par la location courte durée et par la mise à disposition d'une voiture.

Sur les 26 étudiants ayant choisi seulement un des deux items dits "modernes", 50% sont intéressés par la location courte durée et par la mise à disposition d'une voiture.

**L'idée que la location courte durée ou la mise à disposition d'une voiture commune sont des services innovants, modernes, est fausse.**

Ce sont des services rejetés par les "plus réceptifs à l'innovation" et accueillis plus favorablement par les individus plus prudents face à la nouveauté, voire même plus conservateurs.

#### **Remarques**

L'idée que les étudiants sont des personnes "modernes" n'est pas forcément vraie. Seulement 12% d'entre eux s'identifient comme favorables à la nouveauté.

Il faut certainement voir ici les effets des mutations étudiantes de ces 20 à 30 dernières années. La massification étudiante a eu pour premier effet de voir débouler sur le marché étudiant des individus toujours plus issus des classes moyennes et populaires qui ont d'abord cherché dans l'université un moyen de se prémunir plus efficacement contre le chômage. Pour beaucoup, l'université a également été un moyen d'accéder, via le concours de la fonction publique, à la sécurité de l'emploi à défaut de la vocation pour le service public. Dès lors, soucieux de s'insérer dans un monde social qu'ils maîtrisaient mal, désireux de maximiser les chances de succès dans l'insertion professionnelle, ils sont massivement entrés dans une logique de conformisme social, de refus



de la trop grande différence et donc de l'innovation et de la trop grande modernité. Si leurs aînés voulaient changer le monde, le révolutionner ou le transformer (ce qui induisait une réceptivité plus grande à l'innovation), les nouvelles générations ne rêvent rien tant que de s'insérer dans le monde, d'y trouver une place. Elles ne prennent donc que peu de risques et se réfugient plus volontiers que leurs aînés dans un certain conservatisme, du moins un conformisme évident. Si la plupart ne sont ni totalement conservateurs, ni forcément innovants, c'est que dans le ventre mou des comportements moyens, ils ont trouvé le chemin de leur possible insertion sociale. Dans cet entrelac du "ni-ni" (ni conformisme, ni innovation), ils puisent leur capacité à être dans la "normalité", à ressembler à tout à chacun, à se fondre dans la masse pour mieux y être accepté et digéré.



### CROISEMENT IMAGE DE LA VOITURE / LOCATION COURTE DURÉE

#### Objectif

Analyser le lien entre l'image de la voiture sur l'étudiant et son intérêt pour une solution alternative à l'achat d'un véhicule.

6 items définissant la voiture ont été proposés, charge à l'étudiant de choisir celui qui lui correspond le mieux (plusieurs réponses possibles) :

*.Arbre à came, pistons, cardans, vilebrequins et huile de vidange.*

*.Jantes alu, ronce de noyer, intérieur cuir et décapotable.*

*.Un moyen pour aller d'un point A à un point B.*

*.Une caisse toujours en panne, qui pollue, consomme trop et qui coûte une fortune tant pour la faire rouler que pour la garer.*

*.Accélération, puissance, reprise et sensations.*

*.Un wagon où s'entassent les copains pour aller faire la fête.*

#### Résultats

Seuls les étudiants définissant la voiture comme "un wagon où s'entassent les copains pour aller faire la fête" sont intéressés à près de 60% par la location courte durée. Pour les autres items, le taux d'intéressés ne dépasse pas 50%, c'est-à-dire le même rapport que pour l'ensemble des étudiants enquêtés.

C'est donc là une confirmation que le **facteur "loisirs" ressort bien comme motif dominant de recours à la voiture en général et de la location courte durée en particulier**. Ce dernier système ne revêt pas d'enjeu utilitaire mais garde un caractère exceptionnel, au même titre que les autres offres de location, quelles qu'elles soient.

Hormis cet aspect loisirs, la location courte durée n'intéresse pas plus une image de la voiture qu'une autre, elle n'est pas non plus discriminante.

### CROISEMENT CYCLES / UFR / LOCATION COURTE DURÉE

#### Objectif

Analyser les conséquences du cycle d'étude (et donc de l'âge de l'étudiant) et du type d'étude sur l'intérêt pour la location courte durée.

#### Remarques

Les étudiants enquêtés suivant un cycle en BTS et IUT ont été intégrés avec les étudiants en 1<sup>er</sup> cycle universitaire.

Le peu d'étudiants de 3<sup>ème</sup> cycle enquêtés, pourtant représentatifs en pourcentage de cette dernière population dans la masse étudiante totale, rend cette catégorie inexploitable par la faiblesse de l'échantillon (cela s'explique par le fait que les étudiants en 3<sup>ème</sup> cycle logeant dans des résidences deviennent rares, au profit de logements particuliers).

#### Résultats

Cycle d'étude    % intéressés par location C.D.

1<sup>er</sup> cycle        50%

2<sup>ème</sup> cycle      55%

Les étudiants en 2<sup>ème</sup> cycle universitaire semblent donc plus intéressés par la location courte durée que ceux du 1<sup>er</sup> cycle.

De plus, 20% des étudiants en 1<sup>er</sup> cycle sont propriétaires d'une voiture contre 40% en 2<sup>ème</sup> cycle ; or, il a été vu que le fait de posséder un véhicule faisait chuter l'intérêt pour la location courte durée.

**Les étudiants en 2<sup>ème</sup> cycle sont donc beaucoup plus intéressés par la location courte durée que les étudiants en 1<sup>er</sup> cycle.** Il faudra ici poser quelques hypothèses explicatives telles que le développement de la sociabilité externe, la coupure plus importante avec le milieu familial, le développement des "petits boulots" et autres travaux d'appoint accroissant une relative "aisance" financière par rapport aux étudiants de 1<sup>er</sup> cycle.



### Croisement Coût de la voiture / Location courte durée

L'analyse par type d'études montre une homogénéité du nombre d'intéressés par la location courte durée autour de 50% par UFR, sauf pour la catégorie droit/économie/AES où 70% des étudiants sont intéressés. Une analyse plus poussée montre que ce sont avant tout les étudiants en AES qui sont intéressés, bien plus que leurs collégionnaires juristes et économistes. Cela peut s'expliquer par le caractère dominant de leur origine populaire. Cette donnée est également corrélée par la discrimination du logement public (rappel : 60% d'intéressés par location courte durée habitent dans un logement public) et par celle de la famille nombreuse.

**L'origine sociale et universitaire est bien un facteur discriminant de l'intérêt pour la location courte durée.**



#### Hypothèse

Le fait de dépenser de l'argent quand on utilise une voiture entraîne une meilleure connaissance des coûts et donc plus d'attention aux solutions alternatives.

#### Remarque

Les étudiants ont évalué ce qu'ils dépensent pour leur voiture par mois, ce qui parfois (souvent !) ne correspond pas au coût réel, singulièrement lorsqu'ils ont une aide extérieure, telle celle des parents notamment.

#### Résultats

Coût mensuel	% intéressés par location courte durée
Moins de 100F	85%
De 100 à 300F	66%
De 300 à 500F	40%
De 500 à 1000F	20%
Plus de 1000F	0%

42% des étudiants qui payent leur essence sont intéressés par la location courte durée. Ils sont près de 80% quand ce sont les parents qui paient l'essence.

25% des étudiants qui paient les autres dépenses sont intéressés par la location courte durée. Ils sont 50% quand ce sont les parents qui les paient.

Les résultats obtenus sont totalement contraires à l'hypothèse initiale. **Moins d'étudiant paie sa voiture, plus il est intéressé par la location courte durée.**

Plusieurs tentatives d'explications peuvent être énoncées :

.l'étudiant qui finance peu sa voiture intègre vraisemblablement l'idée qu'il ne paiera pas plus les coûts de la location,

.la location courte durée apparaît au contraire

comme un moyen de ne plus faire supporter les coûts de la voiture à autrui et devient un pas supplémentaire vers l'indépendance et l'autonomie, voire la décohabitation avec les parents,

- .plus l'étudiant paye la voiture, plus il la voit comme un objet dont il refuse de subir d'éventuelles contraintes liées au système (location, mise à disposition), et moins il est prêt à financer, parallèlement ou subsidiairement, une solution alternative,
- .moins l'étudiant finance sa voiture, moins il l'utilise (à nuancer dans les cas d'aides des parents), plus la location courte durée apparaît comme une alternative attrayante pouvant aller jusqu'à empêcher l'achat d'un véhicule et diminuer les coûts fixes mensuels ; inversement, plus il finance sa voiture, plus il l'utilise, moins il conçoit de s'en passer même au profit de solutions alternatives, ces dernières restant trop contraignantes (ou étant perçues comme telles) au regard de la grande fréquence d'utilisation.

Ainsi, le rôle de substitution de la courte durée est explicite.

#### Remarques

Les interrogations quant au coût de la location courte durée ou de la mise à disposition d'une voiture commune ont été très fréquentes lors du passage du questionnaire. Elles ont fait presque l'objet de près d'une question sur deux posée aux enquêteurs. Cela manifestait sans doute à la fois la curiosité quant à la mise en place d'une telle pratique (les questions allant même très loin dans les détails : lieux d'installation, coûts, types de bâtiments pour le stockage des véhicules...), l'attrait éventuel mais aussi un certain scepticisme essentiellement lié au coût ou à la faisabilité technique du système hors de zones à forte densité de population.

#### CROISEMENT « S'IMAGINE SANS VOITURE » / LOCATION COURTE DURÉE

#### Hypothèse

Celui qui intègre l'idée de vivre sans voiture sera intéressé si on lui propose une solution alternative.

#### Remarque

La question "Vous imaginez-vous vivre sans voiture ?" n'a été posée qu'aux utilisateurs de voiture, c'est à dire 55% des étudiants enquêtés.

#### Résultats

15 étudiants imaginent ne pas posséder de voiture.

2/3 sont intéressés par la location courte durée.

15 étudiants n'imaginent pas ne pas posséder de voiture.

1/3 sont intéressés par la location courte durée.

L'hypothèse est vérifiée, **pour les utilisateurs de voiture qui imaginent vivre sans, la location courte durée apparaît véritablement comme une alternative.** Cette relation de causalité est d'autant plus vraie quand ces personnes ne sont pas propriétaires de leur véhicule, ce qui est le cas de 2/3 de ceux qui imaginent ne pas avoir de voiture.



CROISEMENT NOMBRE DE PERSONNES  
DANS LE FOYER / LOCATION COURTE DURÉE

### Résultats

La taille du foyer n'interfère pas avec l'intérêt pour la location courte durée.

**Par contre, plus le foyer est grand, moins il y a d'attrait pour une voiture commune mise à disposition.** Plusieurs explications peuvent être avancées :

- .un tel système subit l'image d'une petite voiture, incompatible avec un foyer important surtout quand le motif dominant est le loisir ;
- .plus le foyer est grand, plus il est éloigné du centre-ville, c'est un facteur discriminant ;
- .il y a un sentiment d'impossibilité de mettre en œuvre un tel système hors du cadre strict d'une résidence services ou d'un quartier à forte densité, c'est-à-dire dans les lieux où ne vivent pas les grands foyers ;
- .les types de foyers constitués pratiquent des activités homogènes selon des rythmes similaires, nécessitant des déplacements en groupe et en nombre, contrairement à un foyer familial gérant souvent des âges et des intérêts différents.

### Remarque

Chez les étudiants, la taille du foyer dépend :

- .de la décohabitation avec les parents,
- .de la vie de couple,
- .du partage d'un logement à plusieurs étudiants.



# UN CAS PARTICULIER : LES ÉTUDIANTS HABITANT À PLUSIEURS

Les résultats ont été obtenus de deux façons. D'une part, le questionnaire a été passé oralement à divers étudiants rencontrés sur leur lieu de résidence. Les questions furent posées uniquement aux personnes ayant répondu vivre à plusieurs dans le même logement, dans le cadre du questionnaire sur "automobilité et habitat partagés", ce qui correspond à 16 personnes sur 55. Quelques refus ont été essuyés lors de ces tentatives, à la fois par manque de temps et par une gêne ressentie par quelques unes des personnes interviewées compte-tenu d'un lien possible "au tabou". D'autre part, certaines personnes ayant fait la même réponse se sont vu proposer le questionnaire à remplir chez eux, y compris par leur(s) colocataire(s), hors de la présence d'un enquêteur qui venait ensuite récupérer plus tard les questionnaires remplis et échanger quelques propos afin d'explicitier des réponses ou de faire davantage vivre l'enquête, par l'apport de commentaires oraux et plus spontanés.

La population déclarant vivre à plusieurs et ayant répondu au complément du questionnaire principal, représente 12 personnes, soit environ un quart de la totalité de l'échantillon global présélectionné. En moyenne, 2,6 personnes vivent dans chaque foyer.

55 % de l'échantillon est constitué de personnes partageant un logement à deux. La population dans les autres ménages est souvent de trois personnes, exceptionnellement quatre ou cinq ;

aucun foyer plus nombreux n'a pu être trouvé au cours de nos pérégrinations, malgré de sérieuses recherches. Une information supplémentaire peut être fournie concernant les foyers de deux personnes. Nous avons choisi de différencier les couples (dans le sens conjugal du terme), et les binômes (à savoir les paires d'individus sans lien affectif). Dès lors, plus de deux cas sur trois dans les personnes partageant à deux un même logement sont des couples, un petit tiers des binômes. Nous avons par ailleurs remarqué qu'il n'existait pas de binômes "féminin-masculin" qui ne fussent des couples, alors que des couples homosexuels ont été rencontrés.

## CO-RESIDENCE ET COVOITURAGE

Nous avons ensuite recherché l'**ancienneté du partage** de la résidence. Il apparaît dès lors que les personnes partagent le même appartement depuis, en moyenne, **deux ans et demi**. Mais, cette moyenne cache, de fait, des disparités importantes. Nous notons en effet que plus de la moitié (55 %) pratiquent la **co-résidence** depuis moins d'un an et, pour moitié d'entre eux, depuis moins de six mois à la date à laquelle les questionnaires ont été passés (essentiellement des personnes s'étant initiées à cette pratique depuis le début de l'année universitaire en octobre). Concernant l'autre moitié de l'échantillon, il comprend très majoritairement des personnes partageant un logement depuis plus de 5 ans, les





autres sur des durées proches de la moyenne globale (2,5 ans). Dans ce dernier groupe de personnes vivant à plusieurs depuis un période longue ou relativement longue, les 4/5 sont des couples, le reste étant constitué de petites entités (3 personnes, souvent du même sexe), le tout sans binôme.

A une exception près, la totalité de l'échantillon fait de ce partage de résidence un choix délibéré. Les justifications sont pareillement assez similaires. Le "désir de fonder un foyer", de l'installer dans la durée, semble la motivation essentielle des couples. A cet égard, il apparaît que le partage d'un même logement conserve une réelle symbolique en terme de signifiant d'unité familiale. Si la presse se fait parfois l'écho de nouvelles formes de vie en couple, sans partage d'une même résidence, cette pratique ne semble pas le fait des étudiants. Là encore, ces derniers s'inscrivent bien dans un certain conformisme social. Loin d'exprimer de possibles mutations culturelles, ils se montrent préférentiellement des reproducteurs d'une pratique traditionnelle de vie en couple, fondée sur la mise en commun et le partage d'un logement comme préambule marquant leur volonté de construire ensemble un projet de vie conjugale.

Chez les autres co-résidents, la première raison objective de ce choix paraît largement être financière. Ce sont les économies possibles que l'on peut réaliser en partageant un logement qui motive principalement les étudiants interrogés. Nous constatons là une connaissance assez juste

des pratiques du marché, lequel fait effectivement apparaître un surcoût proportionnel certain entre les petits logements (studios, T1) et les plus importants (T2 à T4). La différence de coût, souvent minime (cf. première partie de l'étude), incite un étudiant rationnel à privilégier un logement plus spacieux à partager à plusieurs, plutôt qu'à chercher "chaussure à son pied" sur un marché du petit locatif très encombré par la demande. Egalement, nous noterons l'expression d'une recherche de convivialité supplémentaire par rapport à un autre type de logement. Ainsi, la facilité considérable d'organiser des fêtes, mais aussi la plus grande liberté de rencontres, et plus surprenant encore, le sentiment de permissivité accrue dans les relations sexuelles reviennent assez fréquemment tous les trois dans les réponses faites par notre échantillon. Enfin, plus rarement, mais malgré tout assez significativement chez les personnes ayant quitté récemment le domicile parental, mention est faite de la possibilité de matérialiser une certaine prise d'indépendance et d'autonomie vis-à-vis des parents tout en oubliant la crainte de se retrouver isolé(e) dans un logement au sortir des années de lycée. Cette dernière "peur d'être seul(e)" est une réponse assez récurrente, particulièrement chez les jeunes filles, et plus encore, transmis par ces dernières, dans la bouche de leurs parents qui font de la co-résidence, et souvent entre personnes du même sexe, la condition *sine qua non* de la possibilité de quitter le cocon familial au sortir du baccalauréat.

## DROIT D'USAGE COLLECTIF ET POSSESSION INDIVIDUELLE DES EQUIPEMENTS

L'équipement du foyer semble commun à l'ensemble des co-résidents. Tous les questionnaires font état d'une réponse unanime allant dans le sens d'une *désappropriation* des biens d'équipement présents dans le foyer. Poussés plus avant dans leurs réponses, les étudiants qualifient généralement cette multipropriété comme "*naturelle*" ou "*allant de soi*" compte-tenu du partage même du logement. Pourtant, à interroger plus avant ou au détour d'une autre réponse, on observe que cette réalité est surtout présente chez les couples. Les binômes, trinômes et autres types de foyers finissent souvent par identifier un propriétaire plus ou moins attiré pour chacun des biens d'équipement importants. En fait, nous constaterons que si la première réponse va dans le sens d'une **pluri-propriété**, cela peut s'expliquer tant par le niveau d'équipement déficient des logements voués à la location estudiantine, que surtout par le caractère de "*seconde main*" associé à ces biens, souvent déjà amortis. En effet, les biens d'équipement sont soit fournis dans le cadre du contrat de location (douche mais aussi, cuisinière à gaz, plaques électriques de cuisson, réfrigérateur par exemple) soit souvent donnés par des parents ou récupérés auprès des familles lors de l'installation dans une résidence étudiante (téléviseur, fer à repasser...). Dès lors, ces biens ne sont pas perçus comme véritablement possédés exceptés au moment de la séparation entre les co-résidents au cours duquel la *ré-appropriation* se fait immanquablement. La plupart de ces objets ou équipements électro-ménagers sont déjà marqués par une utilisation d'usagers multiples, leur conférant une identité collective.



Par contre, si un bien d'équipement est acquis au cours de cette période (appareil de télévision, four à micro-ondes, magnétoscope, lave-linge...), une seule personne paraît en assumer l'achat.

L'idée suggérée pour justifier la pratique est qu'il ne s'agit alors pas d'objets présents au moment de la constitution du groupe de co-résidents, donc de biens qui ne sont pas considérés comme fondamentalement vitaux ou indispensables à la vie du groupe, mais pouvant apporter confort, luxe, superficialité ou répondre au désir particulier d'un des membres du foyer. Ici transparait la volonté de créer un vrai lien de propriété pour ces nouveaux appareils domestiques. Ce dernier lien peut s'apparenter, ainsi que cela fut mentionné lors de quelques entretiens aussi bien avec des filles qu'avec des garçons, à "*la constitution d'un trousseau*" en préalable à la mise en ménage. L'exemple le plus courant de ces biens d'équipement privés s'avère être le téléphone. Pour éviter tout litige ou tension inhérente à l'attribution des coûts de fonctionnement, les personnes interrogées s'orientent presque toujours vers l'achat d'un téléphone portable pour chacun des co-résidents, même si quelques uns tentent l'expérience d'une facture détaillée avec répartition des coûts à la communication près (et partage des frais fixes à parts égales).



## PARTAGE DES TACHES ET CONTRAT DE SERVICES

Ces constats sur les notions de propriété, possession et partage peuvent s'appliquer à bien des égards à la voiture. La banalisation de cette dernière est un point saillant de notre enquête. L'automobile se dévoile tel un équipement ménager ordinaire. Elle a d'abord une fonctionnalité et une utilité propre par la liberté de mouvement qu'elle procure ce qui n'exclue pas fondamentalement son partage avec d'éventuels co-résidents. Par contre, dès qu'elle devient la propriété effective d'un des membres du foyer qui ne l'a pas reçue en usufruit, prêt ou présent mais qui l'a achetée, la voiture se trouve ré-appropriée. Il faut donc bien distinguer une réelle capacité à penser le partage d'un véhicule, mais plus présents encore l'attachement à une possession effective et à une propriété identifiée de tout bien nouvellement acquis.

La gestion des obligations ménagères a également fait l'objet d'un questionnement. Formulé ainsi - "*Quelles sont les tâches à gérer en commun (ménage, sortir les poubelles...)* ?", il a donné lieu, dans la majorité des cas (65 % environ), à une réponse mettant en avant le partage de la totalité des travaux. Cette réalité nous a bien évidemment interrogés. Dès lors, nous avons choisi de revenir sur ces réponses en reprenant divers entretiens, ou en questionnant l'échantillon de manière plus approfondie. Dès lors ont surgi des réponses plus variées mettant en avant soit des domaines de compétences supposées ou réelles, soit une distinction sexuelle des tâches, soit un équilibre reposant sur les disponibilités temporelles de chacun des co-résidents, soit l'improvisation, ou bien encore l'existence de tableaux prévisionnels des tâches mensuelles à effectuer par chacun.

Ces trois dernières réponses furent principalement recensées parmi les groupes ou chez plusieurs binômes. "*La répartition est variable selon les périodes mais on les fait toutes ensemble...*" "*On improvise au coup par coup*". "*Rien n'est géré en commun... On fait quand c'est à faire et quand on est libre (enfin, je veux dire), quand on a le temps...*" "*On a un calendrier, on y note ce que l'on fait et après ça s'équilibre ou on dit au fainéant de rattraper le retard*". Les réponses mentionnant l'existence d'un effort de programmation des

travaux ménagers ont fait l'objet d'un regard plus attentif. Elles se présentent effectivement bien comme des tentatives de **contractualisation** entre les **co-résidents**. Ces derniers acquiescent à l'idée d'une mise au service de soi mais aussi des autres. S'ils peuvent gérer ainsi de multiples et récurrents devoirs ménagers, nous pouvons peut-être envisager des passerelles éventuelles concernant le covoiturage, lequel repose sur une logique grandement similaire. En éloignant la propriété effective du véhicule par rapport à un co-résident quelconque, en proposant un véhicule avec un emploi du temps prévisionnel et un système de réservation offrant garantie de disponibilité et souplesse d'utilisation sur des plages sans utilisateur pré-affecté, peut-être pouvons-nous envisager le succès d'un système de location courte durée ou de location attachée à une résidence étudiante.

Les trois premières réponses (compétences, répartition sexuée, disponibilités temporelles) ont été prioritairement rencontrées chez les couples, secondairement chez quelques binômes. *“Il n'y a aucune tâche gérée en commun... on fait une répartition naturelle : la bouffe contre les factures et l'administratif”*. *“Moi, je fais le travail d'une femme et lui le travail d'un homme, un peu comme chez nos parents... je crois !!!...”* *“Toutes les tâches sont faites ensemble sauf le repassage (c'est pour elle !) et la cuisine (c'est pour moi !)”*. *“On fait tout ensemble... Mais quand même, je fais plus certaines choses et elle plus d'autres... Moi, je ne repasse pas et je fais pas les courses ni la cuisine sauf parfois quand on a du monde... Et puis, je sors toujours les poubelles et je m'occupe du bricolage et de la voiture... On fait moitié-moitié en fait, mais pas une fois sur deux plutôt selon qu'on est doué ou non pour faire une chose...”*. De ce point de vue encore, la population étudiante ne diffère pas véritablement de l'ensemble de la population française. Comme nous l'avions déjà perçu auparavant concernant l'absence d'un caractère particulièrement innovant



ou novateur dans cette tranche démographique, nous constatons là encore une reproduction assez constante du modèle social dominant. Comme l'ont montré Cécile Brousse (in *France, Portrait social 1999-2000*, Paris, INSEE) et Jean-Claude Kaufmann (*“l'individuation du lien domestique : l'exemple de la vaisselle”*, in *Le lien social. Actes du XIIIe colloque de l'ASLF*, Université de Genève, 1989 ; *La trame conjugale. Analyse du couple par son linge*, Paris, Nathan, 1992), les tâches ménagères restent un domaine où la parité comme l'égalité ne progressent pas ou que très peu. Dans les foyers français, les corvées sont généralement peu partagées. Sur les 7 heures d'activités domestiques quotidiennes par couple (selon l'INSEE en 1999), monsieur n'en fait que 2 heures et 45 minutes, soit un quart d'heure de plus que dix ans plus tôt. Cependant, cette timide évolution masque un immobilisme dans les pratiques les plus quotidiennes. Les besognes les plus ingrates, ou socialement perçues comme telles (ménage, repassage, courses...), restent largement l'apanage des femmes. Les hommes se réservent pour des besognes culturellement perçues comme typiquement masculines (entretien automobile), socialement plus valorisées (jardinage non potager), produisant des éléments plus durables (bricolage, construction, réparation ou restauration de petits meubles ou d'objets), ayant enfin ou une meilleure visibilité extérieure ou une meilleure image de marque (choix des vins pour le repas, débarrasser la table en présence d'invités...). Cette répartition discriminée et discriminante des corvées ménagères qui prédomine dans la société française actuelle trouve également son terrain de prédilection dans les populations étudiantes, qui ne la changent, au plus, qu'à la marge de la marge.

## VIE ESTUDIANTINE ET SOLIDARITE AUTOMOBILISTE

L'avant-dernier point interrogé portait sur les usages automobiles des étudiants habitant à plusieurs. Le nombre de véhicules par foyer est souvent inférieur au nombre de personnes résidentes. Ainsi, la voiture est souvent unique pour les personnes vivant en binôme ou en couple. Dès que le nombre de personnes croît dans le logement, la population automobile s'accroît également. La troisième personne semble être un facteur déclenchant assez vite la présence d'un second véhicule. A l'exception d'un foyer avec cinq personnes et quatre voitures, nous n'avons jamais trouvé de logement où existaient plus de deux automobiles. Ces données ont bien évidemment eu des incidences sur les pratiques de covoiturages qui semblent plus fréquentes que dans les autres segments de notre échantillon. Faute de véhicule supplémentaire, plus encore par souci d'économie (il s'agit là effectivement de la première des raisons mentionnées), les personnes interrogées privilégient le recours à une seule voiture dès lors qu'elles sont moins de quatre ou cinq à l'emprunter. Cette réponse a également retenu notre attention. En effet, toutes les personnes interrogées dans le cadre de cette enquête ont un degré théorique de captivité vis-à-vis du véhicule qui est nul. Tous les étudiants de l'échantillon, à une exception près, ont, de fait, un accès aisé aux transports en commun, jamais situé ou à plus de 500 mètres de leur domicile ou à plus de 15 minutes à pied. Pourtant, ils continuent de mettre en place des ruses, des techniques, des moyens plus ou moins commodes pour conserver, lors de leurs déplacements, l'usage d'une voiture, comme chauffeur ou comme passager. Il en résulte donc bien une certaine organisation et une évidente gestion du temps automobile, que ce soit dans l'action de faire un détour pour déposer quelqu'un ou dans l'avancement de son horaire de départ pour récupérer ou se défaire d'un co-voituré. La mise en place de ces astuces pour maximiser l'occupa-



tion du véhicule, au mépris du temps ou de la distance, témoigne d'un fort sentiment de solidarité ou de partage, du moins dans l'usage automobile (car une contradiction peut être apparente au regard du point suivant...). Cette double capacité sociale des étudiants à se mettre au service des autres et à avoir des pratiques automobilistiques communautaires interpelle nos interrogations quant à la mise en place d'alternatives au tout automobile, notamment dans la généralisation, via l'institutionnalisation, du covoiturage, éventuellement même dans la mise en place de système de location de courte durée.

## REPARTITION DES MOYENS ET CONCENTRATION DES DEPENSES

Toujours dans ce cadre, nous avons observé, avec une certaine surprise, que si la préoccupation financière s'expose comme une raison essentielle d'une utilisation à plusieurs d'un même véhicule, la répartition des frais n'a jamais paru équitable entre les différents protagonistes concernés. *"Le propriétaire paye et c'est plus simple". "Celui qui emmène le fait gratuitement... Mais en fait, contre services rendus... on lui paye un pot par exemple..."*. *"Je prends en charge et mon colocataire ne paye rien..."*. *"Celui qui a la carte bleue sur lui... et pas de chance, et bien, il casque... Mais c'est pas toujours le même, souvent mais pas toujours..."*. Beaucoup plus rarement (moins de 30% des cas) nous avons constaté des efforts pour équilibrer les frais. *"Celui qui a la voiture la prend, les autres payent l'essence et le péage sur l'autoroute"*. *"On fait le plein à tour de rôle..."*. *"On répartit à parts égales les frais quand c'est possible et qu'on utilise beaucoup la voiture... L'essence bien sûr, mais aussi parfois le garage quand c'est pas trop cher..."*. Il apparaît donc bien, tant dans le premier cas que dans le second, que le comportement automobilo-financier des étudiants est très individualiste et même largement irrationnel du point de vue d'une logique de vie collective. Ces constats ne peuvent, dès lors, que nous inciter à insister à nouveau sur la prégnance du sentiment d'appropriation d'un véhicule. Pareillement, ils nous conjurent de nécessairement briser le lien de propriété entre une voiture et des usagers pour que ces derniers acceptent plus aisément d'y recourir comme à un autre service ordinaire, comme à



une location automobile plus classique, où le rapport de possession est escamoté par la présence d'un intermédiaire prestataire de service.

## DEPLACEMENTS QUOTIDIENS ET MOBILITE RESIDENTIELLE

L'ultime interrogation consistait dans les recours éventuels à des alternatives à l'automobile. Seuls deux individus disent avoir envisagé un achat de voiture en commun, sans jamais avoir jamais franchi le pas au vu des inconvénients supposés ou avérés. Les autres personnes sont unanimes pour rejeter une telle solution. Elles mettent très vite en exergue les objections rédhibitoires suivantes : la voiture serait une source de querelles pour savoir qui pourrait l'utiliser quand ; les risques sont trop importants en cas d'accident ou de destruction du véhicule ; la question du propriétaire réel demeure en cas de séparation, inéluctable (pour les personnes ayant ce mode de logement seulement pour le temps de leur vie étudiante) ou possible (mésentente et rupture du couple ou éclatement du réseau de cohabitants). Nous constatons dès lors qu'il y a, dans cette optique, la possibilité de proposer une réponse aux attentes et craintes étudiantes dans le cadre d'un lien automobile-logement, où le véhicule serait attaché à la résidence. Il deviendrait dès lors un service comme un autre (gardiennage, restauration, laverie, salles vidéo ou informatique...) proposé aux locataires et dont ils bénéficieraient lors de leur passage dans les murs de la résidence, sans que jamais ils n'aient le sentiment d'en être les propriétaires effectifs (cf. importance de la rupture de propriété apparente).

Le propos sur la mise en place d'un système de location est plutôt différent. 65 % des personnes interrogées manifestent un intérêt pour une telle formule. Quant à la mise en place d'une telle pratique pour des courtes durées (de quelques

heures à moins de 24 heures), le résultat est plus restreint (37,5 % de la population concernée). Ce chiffre est légèrement moindre par rapport à la moyenne globale des étudiants de notre échantillon. Il s'explique par les usages que les utilisateurs potentiels anticipent de combler. Si quelques uns pensent à la possibilité d'aller plus librement faire des courses en centre-ville ou dans les centres commerciaux périphériques, si quelques autres encore envisagent un usage dans le cadre de loisirs nocturnes occasionnels, la majorité des personnes vivant à plusieurs conçoivent un recours à la location prioritairement dans le cadre de séjours de petites ou moyennes durées faits à plusieurs (week-ends prolongés, petites vacances...).

Au final, nous constatons bien que la question essentielle et véritable demeure bien celle de la conciliation entre un équipement durable, ou à durée de vie certaine, (l'automobile) et une utilisation dans un temps plutôt court (celui des études). L'interrogation persistante est bien celle d'une différence de temporalités à laquelle les étudiants, et donc les éventuels prestataires de services qui veulent conquérir ce marché, sont extrêmement sensibles. Il reste donc à inventer une alternative viable tant en termes économiques (rentabilité pour les prestataires, faiblesse des moyens financiers étudiants...) et culturels (disponibilité maximale, contrainte minimale, refus de la co-propriété, recherche d'un service similaire à ceux déjà disponibles particulièrement en terme de rupture de propriété...).

# TÉMOIGNAGE DE QUELQUES ACTEURS PRIVILEGIÉS

## DU TOUT CONFORT AU TOUT COMPRIS

Rencontre du Régisseur  
de la résidence-services Montesquieu

### Population

Essentiellement des jeunes étudiants. Sur 185 logements, 130 sont occupés par des premières années universitaires, 50 par des deuxièmes années.

En général, beaucoup arrivent déçus par des expériences chez des particuliers (1ers mois de l'année, année précédente pour les nombreux qui redoublent en imputant leur échec à des conditions et à un environnement peu favorables).

*"Ici ils sont chez eux et pas à la merci d'un propriétaire, des embêtements d'un propriétaire".*

### Raisons du choix de la résidence dans un ordre préférentiel

- .proximité de la gare,
- .présence du régisseur, d'un gardien sur place qui les rassure ainsi que leurs parents,
- .proximité du centre-ville,
- .bus à 10 minutes (place Jean Jaurès)
- .endroit assez calme, surtout le week-end (quartier administratif),
- .bâtiment récent,
- .studios en bon état, neufs ou presque,
- .résidence meublée (de plus en plus demandée en raison du prix d'aménagement et de la question de ce que l'on fait des meubles après les études).



### Services résidentiels

30 à 35% des étudiants utilisent très régulièrement les services. 5 à 10% ont une utilisation beaucoup plus occasionnelle.

### Services les plus utilisés :

- .petits déjeuners (public d'habités),
- .laverie (très demandée et utilisée particulièrement par ceux qui ne rentrent pas chez eux régulièrement),

.point-phone (indispensable surtout pour les étrangers et ceux d'outre mer),

.location de linge. Elle est moins fréquentée (surtout par étrangers et dom-tomiens).

N.B. on en déduit que la moitié des usagers de résidences-services n'utilisent aucun service.

### Véhicules

Beaucoup ont une voiture (environ 60 soit 1/3 de l'effectif total).

Beaucoup ont un vélo (une quarantaine).

Certains ont les deux, question de moyens financiers.

Les voitures sont généralement âgées et plutôt utilisées pour se rendre à Grandmont, à l'ESC et Tours-Nord (IUT).

Les vélos sont généralement récents et surtout utilisés pour aller aux Tanneurs et à l'ESC.

Il y a beaucoup de covoiturage mais pas forcément interne à la résidence. Tous les matins, des étudiants attendent devant la résidence qu'une





voiture les prennent ; ou, moins souvent, des voitures attendent qu'un étudiant sorte. Il y a souvent 3 à 4 étudiants par voiture. Il y a souvent "une semaine c'est moi, une semaine c'est toi", soit dans la résidence, soit hors de la résidence.

#### **Possibilité de location**

Actuellement, il n'est pas possible de louer une voiture dans la résidence.

"Si cela était possible, je ne sais pas si cela marcherait, je suis très sceptique".

Raisons invoquées :

- .les étudiants ont un budget serré,
- .la location est toujours chère,
- .la culture de l'automobile est celle de la propriété, du personnel voire de l'intime,
- .il n'y a pas d'attention à l'automobile, pas de respect de l'automobile et de l'autre.

#### **Remarques**

Très rares sont ceux qui rentrent en voiture le week-end, même chez les propriétaires de voiture. Beaucoup prennent le train.

Beaucoup de demande pour être "materné" pour tout et partout. Ainsi, pour les transports en commun, ils viennent chercher auprès du régisseur les horaires, les plans, les conseils. Cela est également le cas pour d'autres questions et problèmes. Dans la recherche de logement, ce qui emporte immédiatement la décision c'est la possibilité de concilier 3 exigences : proximité du centre, proximité de la gare, calme et bonne insonorisation (refus de l'hypercentre).

Après quelques temps, ces remarques tiennent toujours, mais ce qui est préférentiellement mis en avant, c'est "la forte présence de petits commerces vitaux", autrement dit, les commerces de proximité primordiaux pour un public étudiant (boulangerie, presse, café...) et d'un petit centre commercial (Atac gare, galerie marchande Champs Girault). De la même façon, le public vante la possibilité de "faire ses courses à pied et en étant au sec" (galerie commerciale, hall gare, passage abrité).



## **UN SYSTEME DE RAMASSAGE COLLECTIF SPONTANE**

Rencontre d'une agent d'accueil  
d'une résidence-services rue Edouard-Vaillant

La population est jeune, souvent entre 18 et 22 ans, majoritairement 18-20 ans.

Ils recherchent ici un logement propre, fonctionnel, entretenu régulièrement (on fait le ménage au moins une fois par mois de façon obligatoire, plus à la demande).

Même s'il y a du bruit (route avec beaucoup de voitures d'un côté et train avec gare de l'autre) : "ce n'est pas si fort cela..." ; "et puis ils écoutent tous de la musique et n'en sont pas gênés..." ; "quand on est jeune, on s'y habitue, surtout qu'il n'y a pas tant de bruit qu'on pourrait le croire".

"Ils sont très contents d'être près de la gare (beaucoup rentrent en train), de la place du Palais où sont les bus, du centre commercial et d'Atac à la gare".

"Ils ne sont pas beaucoup à avoir une voiture à eux, mais se font accompagner, prendre ou déposer par des copains ou camarades. Le matin ça n'arrête pas de circuler devant les portes et puis beaucoup font du bus pour aller à la fac aussi";

Concernant la possibilité de location dans la résidence, cela n'existe pas, même si des loueurs ne sont pas loin. "Je ne crois pas que cela serait une bonne idée. Il y aurait trop de problèmes à gérer pour qui peut l'avoir ou pas... Doit-on privilégier ceux qui louent souvent ou ceux qui louent peu pour que chacun en profite ? ... Et puis ils ne font pas attention à l'automobile, elle serait vite dans un sale état".

## LES ETUDIANTS : UNE CIBLE A REÇULONS

Démarches téléphoniques  
auprès d'agences de location de voiture

**8 agences démarchées, tourangelles et parisiennes – Remarques générales**

Les locations se font largement pour une durée égale à deux jours. La différence de prix pour une journée (quand cela est possible) n'est pas significative, souvent marginale.

A l'exception d'un loueur beaucoup plus cher et d'un autre beaucoup moins cher (spécialisé dans le tourisme universitaire), les prix sont essentiellement comparables sur une base identique (petite voiture, 2 portes, type twingo, 106, Saxo, Corsa...). Ils varient de 650F à 700F pour deux jours, 780F à 900F pour 3 jours, 1000F à 1100F pour 4 jours.

Les pré-requis sont dissuasifs, plus encore lorsqu'il s'agit d'étudiants ou de jeunes conducteurs (ce qui est souvent le cas des étudiants).

On notera ainsi : carte de crédit obligatoire, âge minimum de 21 ans, un an minimum de permis (commun à tous les loueurs).

On ajoutera généralement : majoration pour les moins de 25 ans (100 à 150F par jour), justificatif de domicile.

On relèvera parfois : souscription obligatoire d'une carte internationale d'étudiant, accroissement de la prime d'assurance, augmentation de la caution, augmentation de la franchise, caution parentale.

Au-delà de ce luxe de précautions (imputable au risque étudiant ou jeune conducteur et à une image souvent peu valorisante de la conduite de ces conducteurs et de leur respect des véhicules et du code de la route), la plupart des loueurs contactés font état d'un empressement mitigé à prospecter ou conquérir ce créneau. Si la possi-



bilité de fidéliser une clientèle ou d'accéder à une tranche d'âge captive peut sembler séduisante, cette incitation potentielle est largement contrebalancée par l'accroissement des risques : solvabilité, accident, assurance, irrespect du véhicule. La population concernée semble, à écouter les loueurs, au mieux une clientèle parmi d'autres, parfois une clientèle qu'ils semblent peu enclins à attirer.



# COVOITURAGE ET VOITURE EN COPROPRIÉTÉ

L'enjeu essentiel d'organiser une alternative et une optimisation des déplacements automobiles trouve son degré de pertinence maximal en zone d'habitat dense et centrale, mais ne doit pas éluder des objectifs de mixité sociale et urbaine. L'application d'un dispositif de partage de l'automobilité (dans le temps et dans l'espace par le covoiturage ou l'auto-partage) peut être un outil intéressant dans des configurations morphologiquement moins appropriées comme des quartiers périphériques moins denses où la voiture peut se révéler comme un acteur stratégique d'intégration sociale.

Dans ce cadre, le quartier du Morier dans la commune de Joué-lès-Tours, deuxième ville du département et voisine de Tours, a fait l'objet d'une enquête sur la représentation et la verbalisation de la pratique automobile, faisant ressortir les choix et les contraintes des habitants par rapport à ce mode de déplacement. La notion de voiture partagée a été intégrée.

Cette approche purement qualitative donne un écho de l'opinion et des réactions que peuvent avoir des groupes de population non sensibilisés à ce mode de fonctionnement. Ces entretiens sont présentés d'un point de vue illustratif.

Ce quartier à forte dominante de locatif social est en mutation et comprend une proportion importante de célibataires dont des étudiants.

L'idée est de relativiser et faire contraster certains résultats concernant les étudiants résidant en partie centrale de l'agglomération, avec des types de population aux composantes sociales et géographiques différentes, pour relancer le questionnement.

## Synthèse de l'enquête auprès de 15 familles de Joué-lès-Tours :

On peut se demander si covoiturage et copropriété sont compatibles avec la culture automobile. En tous les cas, ces concepts sont déjà révélateurs du comportement qu'adopteraient les familles motorisées, si elles devaient se séparer de leur véhicule.

Schématiquement, on peut dire que le covoiturage apparaît globalement difficile à mettre en place compte tenu de l'emploi du temps de chacun, et que la voiture partagée se révèle plutôt incompatible avec cette idée d'une voiture "extension de la propriété privée".



## LE COVOITURAGE

Notre grille d'entretien comportait une question sur le covoiturage. Nous n'avons jamais demandé à nos interviewés ce qu'ils pensaient de cette pratique en soi. La forme de notre question abordait plus le recours au covoiturage, c'est-à-dire « *le pratiquez-vous ? À quelle(s) occasion(s) ?* ».



Nous avons obtenu des réponses précises mais également des positions très arrêtées sur ce que signifiait culturellement le covoiturage. Pour certaines familles, les raisons avancées pour expliquer les difficultés à le mettre en place permettent de saisir des représentations très individuelles de la voiture :

*« Les activités des filles, je crois que dans la rue, c'est les seules qui en font. Sinon, c'est pas les mêmes horaires (...) C'est difficile de s'arranger (...) Le quartier est très grand (...) pour s'arranger, c'est pas facile à organiser (Mme B1) » ;*

*« On se connaît pas beaucoup (...) On se connaît pas (...) On ne connaît pas la moitié des gens (...) On ne fait pas trop partie de groupes nous (...) Non le covoiturage non (Mme A2) » ;*

*« Le covoiturage n'est pas toujours adapté (...) pas du tout évident de trouver pile le collègue qui embauche à la même heure (...) habite la même ville (...) Le covoiturage privé, ça me paraît très bien mais encore faudrait-il qu'il y ait une organisation bien faite (M. D1) » ;*

*« ...dans une réunion, on vient à trois du même quartier avec chacun notre voiture (...) C'est parce qu'on n'est pas forcément dans les mêmes commissions, on ne sort pas du même endroit (M. E1) » ;*

*« On prend chacune notre voiture parce qu'on a toujours des choses à faire. Moi je rentre tard donc on prend chacune notre voiture (Mme C2) » ;*

*« Ça nécessite d'harmoniser les emplois du temps (...). Ça crée des contraintes supplémentaires (...) C'est beaucoup plus difficile (...) Avoir même l'idée, l'initiative (...) C'est très individualiste (Mme E2) ».*

Ces propos sont intéressants puisque l'on constate que les personnes mettent en avant les difficultés de mise en place pour expliquer qu'elles ne pratiquent pas le covoiturage.

Pour autant, le covoiturage n'est pas critiqué. Nous avons même des citations où l'on parle d'une pratique "conviviale", "sympathique". Nous pensons simplement qu'il ne correspond

pas à la culture plusieurs fois nommée. Les propos de Mme E2 illustrent bien ceci puisqu'elle parle de la gestion de la voiture en tant que démarche "individualiste".

La copropriété permet tout aussi explicitement de rendre compte de cette conception très individuelle de la voiture. Les discours des interviewés montrent à quel point l'achat d'un véhicule en copropriété semble exclu. Comme pour le covoiturage, les familles mentionnent d'abord les inconvénients de gérer collectivement une voiture.

## LA VOITURE PARTAGÉE

Les entretiens ont mis à jour deux axes importants. Le premier concerne la gestion d'un véhicule acheté à plusieurs. Tous les discours expriment le scepticisme des familles à composer, à s'organiser avec d'autres personnes :

*« Ça ne doit pas être facile à gérer (...) Ça doit pas être évident (...) les trois ont besoin de la voiture en même temps (Mme D12) » ;*

*« Ça engendre tout un tas de problèmes (...) Le collègue qui s'en va, le collègue qui est viré (...) qui part à la retraite (...) Faut reprendre le quart de la bagnole (M. B2) » ;*

*« La copropriété, le problème c'est l'organisation (M. D1) » ;*

*« La voiture quand elle est en panne, qui la répare ? (...) un accident... (Mme D2) » ;*

*« Ça me semblerait difficile à gérer (M. E1) » ;*  
*« ...il peut vite y avoir des grains de sable dans les rouages (...) Il faut très bien s'entendre (...) Il faut vraiment s'organiser (Mme E2) » ;*

*« Je sais pas trop comment ça peut s'organiser (...) Ça me paraît difficile d'organiser ça (...) Pour l'entretien, moi je suis pas maniaque de la voiture, si je l'achète avec un gars qui est très maniaque euh... (M. A1) ».*

Le second axe renvoie aux propos sur la place de la voiture au sein des familles. La propriété privée est fortement affirmée. Il semble difficile pour les inter-



viewés d'envisager le partage d'un véhicule. La voiture symbolise le bien, l'objet privé que l'on exclut de posséder collectivement :

« Ça ne va pas avec mon caractère ça (...) J'aime pas du tout les machins achetés à plusieurs (...) Je ne veux pas acheter une voiture avec mon voisin du dessus, mon voisin du dessous, mon voisin à côté (M. B2) » ;  
 « En France (...) on n'a pas une culture de services (...) On n'a pas une culture collective. On a une culture très individuelle (M. D1) » ;

« Catégoriquement non !!! Pour moi non. Un appartement encore, mais une voiture non. Moi personnellement non (Mme D2) » ;

« Là j'ai un petit peu d'esprit de Touraine malgré tout (...) Je suis d'ici et cette culture, je l'ai aussi (M. E1) » ;

« Je n'aimerais pas ça... C'est pas du tout quelque chose qui me semble envisageable (...) J'aime pas du tout prêter ma voiture (Mme C2) ».

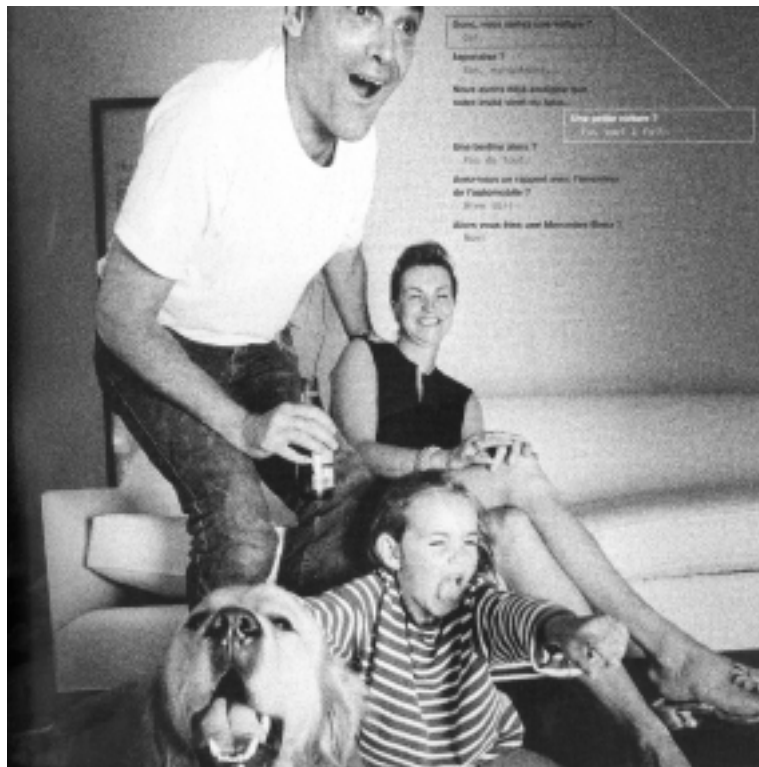
Il est intéressant de noter que la notion de "culture de services" est abordée, par opposition à une "culture très individuelle".

Deux familles non motorisées se sont pareillement exprimées. Pour elles aussi, la voiture est un bien individuel, qu'on ne partage pas. La difficulté qui réside dans une gestion collective est également abordée :

« Ah non ça ne me plairait pas (...) Je préfère encore ne pas avoir de voiture (...) le moindre coup, la moindre griffe (Mme Ao) » ;

« ...une voiture à plusieurs, ça doit être risqué (...) Je sais pas si c'est vraiment sûr (...) Moi si j'achète une voiture, c'est pour moi (Mme Co) ».

Lorsque l'on interroge les familles sur l'éventualité d'un achat en copropriété ou sur les possibilités de recourir au covoiturage, ces familles mentionnent systématiquement l'incompatibilité entre appropriation individuelle d'un bien et achat collectif. D'autre part, elles font apparaître les inconvénients à gérer un véhicule à plusieurs.



Les aspects plus "positifs" ou tout au moins les arguments tels que les économies réalisées, les occasions de créer du lien social sont totalement évacuées. Pour notre part, nous ne souhaitons pas à une réponse plus qu'un autre. Il est cependant intéressant de noter ce réflexe consistant à ne mettre en avant que les aspects négatifs. L'insistance sur les dysfonctionnements renforce la représentation individuelle liée à la voiture.

Copropriété, covoiturage ou culture, trois points importants d'analyse pour comprendre ce que symbolise la voiture. Pour les familles motorisées, aborder ces points permet de percevoir l'organisation des déplacements et les représentations d'une vie sans voiture. Nous saisissons à travers ces quelques citations la place de l'automobile dans le fonctionnement quotidien des familles. Peut-être n'est-il pas exagéré d'affirmer qu'elle fait partie de la famille...

On peut observer un décalage entre les différents niveaux de discours. En effet, la plupart des familles qui associent voiture et propriété individuelle ajoute systématiquement que la voiture n'est pour elles qu'un **outil**. D'un côté, on lui attribue une importance considérable, de l'autre on la réduit à un simple outil. En effet, les analyses ont permis de mettre à jour les "contradictions" qui habitent ces familles. A l'exception de deux d'entre elles (D2 et A2), toutes utilisent ce mot

# UNE HOSTILITÉ AU CONCEPT DE MULTIPROPRIÉTÉ

outil (outil d'urgence, outil de déplacement...).

Ceci tendrait à signifier que les familles rencontrées ont une utilisation rationnelle de la voiture, pour certaines novatrices :

« *Moi, pour moi, la voiture, c'est un outil pour me déplacer (M. A1) » ;*

« *On peut tomber malade, il faut se faire hospitaliser d'urgence (...) On saute dans la voiture (...) vraiment la voiture, c'est un outil d'urgence (Mme B1) » ; « Je ne conduis absolument jamais par plaisir, c'est vraiment par nécessité, c'est une contrainte (...) Pour moi, c'est avoir une voiture par nécessité (...) C'est pas un signe extérieur de richesse (Mme C1) » ;*

« *Moi, pour moi, la voiture est plus utilitaire (M. D1) » ; « Je roule peu (...) J'ai pas la voiture réflexe (M. E1) » ;*

« *Pour moi, la voiture est un moyen et en aucun cas ne peut être un but dans ma vie (...) C'est un moyen de transport (Mme E2) » ;*

« *Moi, je suis pas très voiture (...) L'essentiel de ma vie, c'est pas la voiture (Mme C2) ».*

L'opposition posée par les familles ne signifient pas qu'elles affirment une chose et son contraire. Nous pensons simplement que les entretiens permettent à nos interviewés de construire un discours global, dans l'absolu sur la relation entre la voiture et "l'homme". Dans le même temps, les familles se situent dans cette relation et estiment que pour leur part, l'utilisation et la place de l'automobile est raisonnable, qu'elle n'est qu'un moyen de transport.

Que ce soit du point de vue des étudiants ou des habitants du Morier enquêtés, le thème de la **multipropriété automobile** déclenche des réactions négatives, chacun avance d'emblée des arguments contre.

Le constat est que les étudiants ne forment pas une population spécifique, et que leurs réactions ou opinions sont très proches de celles de leurs aînés. La "clientèle" la plus intéressée par le concept semble être celle qui, justement, n'a pas les moyens de se payer une voiture. Ainsi, les **"exclus de la voiture"** représente une cible certaine qui mérite d'être creusée.

Cela est à rapprocher des résultats de l'expérience *praxitele* à Saint-Quentin-en-Yvelines, dont un petit pourcentage des utilisateurs était une population en situation de précarité, ne pouvant accéder à la voiture ou à la deuxième voiture. Avec le temps, ils étaient devenus "captifs" du système, et sûrement désemparés à la clôture de l'opération.

On peut faire l'homologie avec les comportements de populations financièrement fragilisées, qui, à défaut de pouvoir payer un loyer mensuel vont à l'hôtel chaque nuit, ou bien encore payent le ticket de métro à l'unité plutôt que d'acheter un carnet. Ces résultats révèlent, en tout cas, le formidable **potentiel d'intégration sociale de l'automobile**, qui peut se révéler un outil stratégique de la politique de la ville si des moyens de gestion appropriés sont mis en place.

Il faut certainement compter sur des effets de mode pour lancer l'auto-partage en France (voir le phénomène roller, le chic de non possession de voiture à Paris...) ou des contraintes très incitatives, l'exemplarité et la convergence de position des acteurs sont aussi fondamentales.

Par ailleurs, ces systèmes devront être centrés sur la présence humaine faisant tant défaut dans l'univers des transports collectifs, garante de propriété et de sécurité, apte à satisfaire différents niveaux d'exigence.

Pour les étudiants, le problème de la captivité vis-à-vis de la voiture particulière ne se pose pas. Tous ceux enquêtés ont accès à un arrêt du réseau de transports collectifs, à moins de 500 mètres (sauf un couple à Saint Symphorien).

Sur les 55 étudiants enquêtés, 30 sont motorisés (utilisateurs) dont 14 possesseurs.

Le covoiturage se pratique par défaut. Preuve en est la répartition inéquitable des frais, traduisant un comportement très individualiste et irrationnel, voire incohérent par rapport à un choix de vie collective. La voiture appartient "naturellement" à quelqu'un. Une répartition s'effectue entre ceux qui ont une approche inéquitable et ceux qui "font un effort".

Ainsi, pour les étudiants de Tours, la voiture est l'objet d'une reproduction d'un modèle ancestral très conformiste, plus que le support au développement de nouvelles pratiques citadines et citoyennes.

Dans l'approfondissement du rapport entre voiture et logement, l'adéquation de temporalité entre ces deux éléments pose problème, impliquant une dissociation.

Pour l'étudiant, la voiture représente un équipement durable qui peut l'emmener plus loin et en dehors des délais de sa scolarité, alors que son logement (d'étudiant) ne bénéficie que d'une utilisation temporaire. Cet état de fait s'inverse dans la vie adulte où le logement représente, a priori, une stabilité et un ancrage de long terme. La voiture est une excroissance ou un électron



libre de la sphère domestique, voire un simple outil de mobilité à changer régulièrement.

Dans une optique prospective, ressort l'idée d'adapter les temporalités d'usage de ces deux éléments, soit au sein d'une résidence-services tout compris, cadre dans lequel peuvent rentrer les résidences étudiants, soit en corrélation avec un "menu de services" dont l'automobilité fait partie.

L'appréciation en préférence déclarée concernant la location courte durée, subit l'image de marque de la location liée à une idée de coût élevé. Cela se traduit par une faible réceptivité des étudiants face à l'innovation où la continuité d'un système existant est plus ressentie que la rupture. Les étudiants masculins se sentent moins concernés par l'innovation, alors que les étudiantes sont plus sensibles à l'**innovation pratique** de la solution. La rupture d'image, la pédagogie, la communication, sont des moteurs essentiels du système.

# 2

## A LA RECHERCHE DE MECANISMES CUMULATIFS

Cette seconde partie fait le point sur quelques activités exemplaires et emblématiques de trois champs :

- les offres immobilières innovantes
- les services automobiles émergents
- les enjeux des services de proximité.

L'objectif est de mettre à jour un matelas de connaissances des différentes formules ou expérimentations en cours, visant à un partage de l'automobile, à une utilisation plus collective, voire publique.

Il s'agit d'explorer les conditions de banalisation de la voiture et de percevoir les leviers qui lui permettraient de passer du statut de véhicule particulier à celui d' "appareil électrodomestique". Un certain nombre de propositions innovantes, existant actuellement, vont dans ce sens.

D'autre part, seront aperçues quelques nouvelles offres d'habitat avec services se développant sur le marché.

Certaines initiatives représentent une amorce de changement significatif quant aux comportements de propriété et de mobilité, et c'est le couplage de ces deux notions qui peut permettre de réarticuler les nouvelles pratiques émergentes de mobilité avec d'autres champs de la vie citadine, aussi fondamentaux que l'acte d'habiter, ou celui de consommer.

La ville est par essence un lieu d'échange.



# MULTIPROPRIÉTÉ ET VOITURE PARTAGÉE TIME SHARING AND CAR SHARING

Utilisation à temps partagé d'un bien immobilier : le *time-sharing*.

Cette formule d'acquisition d'un espace-temps s'est développée il y a une trentaine d'années, essentiellement à destination du tourisme de loisirs sous des cieux ensoleillés ou enneigés. Cette offre, quels qu'en soient les manœuvres mercantiles et les inconvénients objectifs, mérite d'être citée au rang des innovations puisqu'elle propose une organisation de vie et une prestation relativement virtuelle, ainsi qu'une utilisation partagée d'un bien qu'un attachement fortement chargé de sens et d'affect (investir dans la pierre...) désignait pour une consommation individuelle irréversible.

Quelles étaient les motivations profondes pour un tel changement de mentalité ?

Quels éléments de fonctionnement peut-on en dégager, et quels enseignements peut-on en tirer pour une application à un usage partagé d'un bien emblématique comme l'automobile ?

Il semble que deux facteurs soient décisifs dans le choix de recourir à ce mode :

- le gain financier renforcé par le fait de pouvoir disposer de quelque chose jusqu'alors inaccessible : c'est le fait de payer une somme moindre pour une utilisation équivalente d'un bien qui aurait (ou surtout n'aurait pas pu) être acheté à un prix plus considérable (un chalet deux semaines par an).
- le fait d'appartenir à un groupe identifié, un club



d'utilisateurs apportant distinction et "considération" sociales : c'est l'occasion de montrer que l'on sait utiliser et gérer au mieux les solutions permettant de profiter de la vie.

Ainsi, prise de conscience des dépenses épargnées, stratégie de distinction sociale, volonté d'appropriation de l'innovation, semblent être des ingrédients à mettre en œuvre pour la mise à disposition partagée de tout bien "sacralisé".

La formule du *time-sharing* permettant de disposer périodiquement et pour une certaine durée d'un lieu de vacances, avec la possibilité de l'échanger au sein d'une bourse d'échanges pour un prix abordable, fait des adeptes. L'offre s'est considérablement développée à l'étranger car la loi française est protectrice et prévoit un certain nombre de précautions à l'encontre des méthodes commerciales abusives.

En fait, la perception est assez différente. En France, on fait l'acquisition de parts de société permettant de séjourner dans le logement sous le statut d'associé de la société qui reste seule propriétaire ; à l'étranger c'est le statut d'adhérent à un club qui se dégage. Il semble certes plus convivial d'être membre d'un club qu'actionnaire dans une

société, surtout pour le motif loisir.

Les principaux problèmes de fonctionnement se posent avec la répartition des charges au prorata du temps, de la période, et de la surface. Les postes inclus dans chaque catégorie de charges (celles relatives aux dépenses d'entretien et d'administration des parties communes, et celles concernant l'occupation effective des locaux) ne sont pas assez précisément définis. La facture globale reste parfois lourde, même si l'appartement n'est pas utilisé.

Autre avatar, en cas de souhait de changement de destination ou de période, toutes les résidences ne sont pas affiliées à une bourse d'échanges dont l'utilisation est d'ailleurs coûteuse. L'échange fonctionne par système d'équivalence, au regard de la surface, du lieu, et de la période. Les principaux opérateurs dans ce domaine sont *Resort Condominium International*, et *Interval International France*.

Des transpositions sont possibles entre multipropriété immobilière et recours à l'auto-partage notamment en ce qui concerne les facteurs de motivation de recourir à un tel système avec "abandon" patrimonial :

- source d'économie,
- appartenance à un club d'utilisateurs,
- distinction sociale,
- accession à la jouissance d'une offre inabordable.

Ainsi, la mise en œuvre de ces "facteurs

**RCI EUROPE**

Vous êtes détenteur d'un droit de jouissance à Temps Partagé ou propriétaire d'appartement(s) dans une résidence de vacances affiliée à RCI et vous souhaitez devenir adhérent?

Nous vous demandons de bien vouloir nous retourner ce formulaire dûment rempli, signé et accompagné de la copie de votre cession de part ou toutes pièces justifiant officiellement votre acquisition. Dès que votre numéro de membre vous sera attribué, vous pourrez bénéficier immédiatement de tous les avantages de la bourse d'échanges.

Nom Mr: _____		Prénoms: _____	
Nom Mme: _____		Prénoms: _____	
Adresse: _____			
Code Postal: _____		Ville: _____	Pays: _____
Tél. Domicile: _____		Tél. Bureau: _____	

Merci de nous préciser:

Nom de votre résidence: _____	
Numéro d'appartement: _____	Capacité: _____
Numéro de semaine: _____	Date de début de période: _____
Nom du précédent propriétaire (en cas de revente): _____	

Le tarif de l'adhésion à RCI pour 4 ans est de 1755 FF.

Ce montant est dû par période de 5 semaines détenues et par résidence (art.3.2.).  
Si vous êtes déjà membre, veuillez nous indiquer votre n°: \_\_\_\_\_

Vous souhaitez régler le montant de votre adhésion à RCI

par carte bancaire numéro: \_\_\_\_\_ ou par chèque \_\_\_\_\_ (à l'ordre de RCI)

Date d'expiration / \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
Nom du détenteur de la carte: \_\_\_\_\_

Nous déclarons avoir pris connaissance des conditions d'adhésion ci-jointes.

Signature \_\_\_\_\_ Date \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

marketing" peut permettre de vaincre les tabous d'individualisme, de machisme, de possessivité, liés à la voiture particulière.

Le concept de multipropriété immobilière utilisé pour alimenter la réflexion, ne concerne pas la résidence principale. On pourrait imaginer une bourse d'échanges planétaire, tout au moins européenne, s'adressant à une clientèle ciblée. Le maître d'ouvrage du parc pourrait être un groupe multinational dont les cadres vivent des affectations multiples dans leur carrière. Des systèmes d'échange fonctionnent aux Etats-Unis, donnant la possibilité pour une certaine durée souvent liée à des congés, d'échanger sa maison meublée avec la voiture (!) dans le garage contre une équivalente dans un autre état ou un autre pays. Pour le coup, l'offre immobilière et l'outil de mobilité sont conjoints. Ces pratiques sont pour le moment liées à un fonctionnement et un état d'esprit assez différents des mentalités françaises.

## L'AUTO-PARTAGE : UN MODE COOPÉRATIF DE GESTION DE LA VOITURE

En filiation directe du *time-sharing*, multipropriété immobilière, se situe le *car sharing*, dénommé provisoirement auto-partage.

Alors que le covoiturage est l'accès collectif à un véhicule privé, l'auto-partage est l'accès privé à un véhicule collectif.

Ce mode d'utilisation collective de la voiture individuelle, innovant et optimisant, répond depuis quelques années aux aspirations écologistes et à une sensibilisation forte de pays du nord de l'Europe aux enjeux du développement durable, *sustainable development*, pour que la vie en ville ne devienne pas insoutenable. Ainsi, dans les années 95 des structures se sont créées en Suisse, en Allemagne, aux Pays-Bas, au Québec, en Italie, le plus souvent sous forme de coopératives.

Leur nom est évocateur : *Share Com*, *Statt Auto*, *Mobil Konzept*, *Greenwheels*, *CommAuto*.

Dans sa définition la plus générale, l'auto-partage est un système d'utilisation intermittent de voitures, qui peut être de très courte durée, réservé à des personnes titulaires d'un titre d'accès à ce service. Il y a un lien continu entre le client et le fournisseur.

La voiture en usage partagé se différencie d'une part, de la location classique de voiture, essentiellement par la durée qui peut ne pas dépasser une heure, alors que les sociétés de location ne descendent pas en dessous de la demi-journée ; d'autre part, il se démarque des systèmes de libre-service tel que *Praxitele*, par la contrainte de ramener la voiture à la station de départ.

Au-delà de quelques variantes juridiques (statut d'entreprise ou de coopérative), fonctionnelles (systèmes de réservation et de contrôle d'accès : boîte à clés, carnet de bord, code pin, ou carte magnétique...), et financières (importance des

coûts fixes dans la tarification), les systèmes d'auto-partage au sens propre sont très voisins les uns des autres, jusque dans le coût global d'usage et le profil des usagers.

Le schéma est le suivant : une entreprise gère un service de voitures, réservées à ses clients ou abonnés répertoriés, stationnés en différents points de la ville où elles doivent être ramenées après usage, le paiement s'effectuant mensuellement. L'usage de l'auto est réservé aux trajets non ou mal desservis par les TC pour des raisons de localisation ou d'horaire. La complémentarité avec les TC a été voulue par les promoteurs des systèmes d'auto-partage.

L'utilisateur de ce mode de fonctionnement, réserve par téléphone un type de véhicule et son lieu de stationnement pour un créneau horaire déterminé. Il perçoit une clé ou une carte magnétique ouvrant un coffre contenant la clé de contact des véhicules mis à disposition sur leur site de stationnement. L'utilisateur réalise son ou ses déplacements puis ramène le véhicule à la case départ. Il enregistre sur le carnet de bord l'heure d'arrivée et les kilomètres effectués pour permettre d'établir la facturation.

En ce qui concerne la disponibilité des voitures, le ratio voiture / usager oscille autour de 1/15 mais avec des écarts assez importants. On peut dire entre 10 et 20 adhérents par utilisation quotidienne d'une voiture partagée.

Aucune organisation ne garantit la disponibilité d'un véhicule, mais doit être en mesure d'offrir une solution de remplacement : taxi, accord avec une société de location classique.

Toutes les organisations appliquent des tarifs d'utilisation binômes, avec une partie fixe, droit d'entrée versé une seule fois et non remboursable ou cotisation annuelle, à laquelle s'ajoute souvent une participation au capital remboursable en cas de résiliation de l'abonnement ou de départ de la coopérative.

La tarification des usages est binôme, elle aussi, à l'heure et au kilomètre, pour favoriser le plein

emploi du parc, et assurer la complémentarité avec les transports en commun.

Avec une voiture privée, le coût par kilomètre est très sensible au kilométrage annuel puisque les frais variables, essentiellement le carburant, représentent seulement 25% environ du total. Ce coût kilométrique est beaucoup plus faiblement dégressif en utilisant l'auto-partage et les estimations des responsables de ces organisations convergent sur un avantage économique de ce système jusqu'à 12 000 km/an, environ.

Selon la Fondation Néerlandaise pour l'Auto-partage, un seuil minimal en deçà duquel il est plus avantageux de recourir à la location classique, se situerait à 20 usages par an d'une demi-journée au moins.

La caractéristique la plus remarquable des usagers de l'auto-partage est le niveau de revenu, qui permettrait largement la possession, l'entretien et l'utilisation d'une voiture privée.

Il ressort que le recours à ce système résulte d'un choix délibéré et d'un calcul économique. De plus, dans bon nombre de cas, la grande majorité des abonnés au service ont vendu leur voiture. Les motivations environnementales sont fortes également. Les données sur la taille des ménages montrent que les familles constituent une bonne part des usagers. Parmi les autres caractéristiques, sont à remarquer la légère prédominance des hommes et l'âge moyen relativement bas aux alentours de 35 ans.

En ce qui concerne les usages, le loisir est prédominant dans tous les cas ; vu le mode de tarification, l'usage pour des trajets domicile travail est impensable. Tous les services notent une demande plus forte pour le week-end.

Globalement, l'auto-partage offre un service intermédiaire entre le taxi et la location conventionnelle. Il satisfait des besoins de déplacements trop longs pour être effectués en taxi et trop courts pour la location classique. Il n'y a donc pas réellement de concurrence entre les trois services. La grande majorité des déplace-



ments urbains est supposée se faire en TC. En Suisse, il a été calculé que les adhérents aux coopératives avaient accru leur mobilité de 3%.

Le développement significatif à terme de ce type d'organisation, s'il est permis, peut générer des résultats positifs du point de vue de la congestion urbaine, ayant un impact sur le stationnement puisque les voitures de ces flottes effectuent en moyenne 30 000 km/an contre 14 500 ; elles sont aussi plus occupées : 2 personnes en moyenne au lieu de 1,3.

La société suisse, *Mobility Carsharing* comprend 900 véhicules et 20 000 clients. A noter que des voitures smart figurent dans son parc. Chacun paye une cotisation annuelle de 500 francs français. La durée minimale de location est d'une heure. Le paiement s'effectue à la durée et au kilomètre le jour (10 frs l'heure et 2 frs le km), au kilomètre seulement la nuit. La facturation est men-



suelle et la réservation s'effectue par central téléphonique, serveur vocal, et prochainement Internet. Une carte à puce donne accès au système et combine également l'utilisation des transports collectifs urbains et du chemin de fer fédéral.

L'avantage financier procuré par le système sous forme d'économie de coût, a été évalué à 12 000 frs français par an pour une utilisation annuelle de 5 000 km.

L'offre de *Mobility* est l'une de celles qui ont été le plus loin dans l'intégration de la prestation dans une chaîne de déplacements continue en jouant notamment sur une forte intermodalité tarifaire avec les transports collectifs.

L'analyse des usages européens de l'auto-partage montre qu'il favorise la multimodalité, le transfert modal de la voiture particulière vers les transports publics et la modération de la circulation. Il présente d'autres intérêts significatifs : le choix d'un modèle de véhicule adapté au déplacement, la suppression des préoccupations liées à la possession d'un véhicule (entretien, avarie, accident, assurance, choix résidentiel, emplacement de stationnement).

Des tentatives françaises commencent à voir le jour, comme *Caisse Commune* à Paris, *Valgreen* à Toulouse, et une autre à Grenoble plus axée sur un partenariat avec le transport public.

## LE LIBRE-SERVICE : UN TRANSPORT PUBLIC INDIVIDUEL

Une autre innovation emblématique concernant l'usage partagé de la voiture est l'expérimentation *Praxitèle* à Saint-Quentin en Yvelines achevée au courant de l'été 99, et celle de *Lisélec* à La Rochelle, débutée en septembre et en cours.

Ces expériences sont une référence dans le genre, parce que purement françaises, et surtout parce qu'elles "s'attaquent" à un concept révolutionnaire qui positionne la voiture particulière comme transport public, de par son mode de gestion innovant.

Pour un effet d'image plus attractif la rupture est double : voitures en libre-service et véhicules à mode de traction électrique.

On peut espérer que le temps et les remords permettront de ne pas classer ce concept dans le rang des innovations ratées comme ce fut le cas pour *Aramis*, attelage de wagons avec aiguillages embarqués pouvant désolidariser le convoi initial selon plusieurs destinations. Ce n'est pas l'objet de cette recherche, mais il est utile de rappeler que les conditions de mise en œuvre et de réussite d'une innovation sont très fragiles et incertaines. Elles dépendent de multiples facteurs qui doivent impérativement converger au même moment : techniques, économiques, politiques, humains, financiers.

*Praxitèle* a rassemblé Renault, Connex (ex CGEA), Dassault Electroniques, EDF, l'INRETS et l'INRIA comme partenaires.

Ainsi l'usage de véhicules électriques en libre-service consiste à mettre ces voitures à la disposition d'utilisateurs abonnés à ce service, dans différents points d'une ville : lieux d'intermodalité (gares), grands générateurs (équipements, activités économiques), différents quartiers. Ces usagers accèdent au système par l'utilisation d'une carte à puce, pour ouvrir et faire fonctionner la voiture depuis un centre réservé au

stationnement de quelques véhicules et à leur recharge (par induction, autre innovation) ou dans un parc (praxiparc). Ce mode d'accès rappelle largement celui mis en place dans l'hôtellerie économique de type *Formule 1*, conçue dans l'état d'esprit d'un produit industriel. Une cinquantaine de *clio* électriques constituait la flotte, mises à disposition des citoyens dans les différentes stations, accessibles avec un tarif "préférentiel". Une première période d'expérimentation du système a été manuelle, suivie d'une phase automatique pendant un an.

Le coût de la prise en charge est de 30 francs pour les utilisateurs réguliers et de 50 pour les occasionnels, en période de pointe. Au-delà la facturation est de 1fr par minute en heure creuse et de 2 frs en période de pointe. L'utilisation du système ne nécessite pas de réservation au préalable.

Les simulations menées par les promoteurs de ce système montrent que pour une agglomération de 300 à 400 000 habitants, une flotte de 300 véhicules serait nécessaire.

Pour atteindre l'équilibre d'exploitation, il faudrait, sur un parc de 200 véhicules, six utilisations par jour et par véhicules.

A Paris, la multimodalité est relativement bien rentrée dans les mœurs et les parisiens sont souvent tantôt VP, tantôt TC. A Saint-Quentin en Yvelines, vaste ville nouvelle, l'achat d'une maison ou l'occupation d'un appartement s'accompagne souvent de la nécessité d'utiliser une deuxième voiture. *Praxitele* a permis de renforcer l'offre

de transport public en faisant évoluer le maillage du réseau. La difficulté principale pour le système était de trouver sa place dans une ville non finie. Les usages en boucle sont minoritaires. La bimotorisation a souvent été justifiée par le trajet gare et *Praxitele* offre une réponse efficace en terme de stationnement.

Le test des attributs socio-économiques du concept ont permis de valider l'existence d'une attente pour ce type de service, de recueillir l'adhésion des clients au système et leur satisfaction sur plusieurs points. L'enjeu est de qualifier l'usage du système et son inscription dans la mobilité individuelle, et d'identifier les voies d'optimisation du service par rapport aux pratiques et aux attentes des clients.

Le système apporte une réponse tangible au rabattement ferré et au développement de la flexibilité de l'emploi du temps. L'élargissement temporel de la seconde phase a dynamisé l'usage : la moitié de la croissance du trafic a été réalisée sur les nouvelles tranches horaires. Le trafic cumulé du samedi et dimanche correspond, en volume, à celui d'un jour ouvrable. D'autre part, 8% du trafic s'effectue entre 21 heures et 6 heures du matin. 800 badges d'accès ont été demandés parmi les 20 000 habitants de l'agglomération nouvelle. Un client sur deux a été inscrit sur toute la période d'expérimentation, c'est-à-dire 20 mois. L'expansion spatiale, temporelle, et la nouvelle tarification ont induit une hausse d'utilisation de 50%. Il est à noter que l'utilisation par



client s'est développée avec une intensité croissante, avec également une concentration sur la pointe et sur l'espace. Sur les 14 stations du réseau, 3 ont concentré 70% du trafic émission-destination : Montigny, Villaroy, et Pissaloup.

70% des courses ont une relation avec la gare RER ; les non-motorisés prennent le bus pour accéder à *praxitele*. 30% n'ont aucun lien avec la gare. Ce pôle générateur a eu une croissance forte, démontrant le fonctionnement en réseau du système, permettant de renforcer l'intermodalité.

Le bilan des implantations dans les centres commerciaux, des nouvelles stations "résidentielles", des stations volantes (sans recharge), est positif ; celui des stations dédiées sur des sites d'activités est plus mitigé. Un certain nombre de salariés ont répondu à titre individuel, mais globalement les entreprises n'ont pas été partie prenante, faisant du système, dans certains cas, un produit commercial sans adéquation.

La durée moyenne des courses était de l'ordre de 20 minutes, de station à station dans 90% des cas, pour couvrir une distance moyenne de 7 kilomètres.

- Le motif d'emprunt du système était privé dans 55% des cas ; le rabattement vers la gare correspondait à 30% des clients (70% des courses).

Pour 40% des gens, *praxitele* a été un substitut à leur voiture particulière, marquant donc un bon positionnement de la solution.

25% des gens qui n'ont pas de voiture qualifient le service de "providentiel", et effectuent 8 courses par mois.

44% de ceux qui en ont une à disposition, estime que cette solution est "géniale et utile", et consomment 4 courses par mois.

La proximité est un critère discriminant pour l'utilisation par des personnes ayant une voiture de temps en temps.

L'utilité sociale du système s'est révélée en cours d'expérimentation. Il apparaît que pour les ménages ayant une situation financière fragile

et ne possédant pas de voiture, *praxitele* est devenu une quasi-nécessité pour faire les courses importantes en centre-ville, pour les "urgences" administratives, médicales ou pour tout autre usage de type privé. Il s'agit le plus souvent de déplacements "en boucle" (la station de départ est la même que la station d'arrivée), en heures creuses et dans les lieux mal desservis par les transports collectifs à partir du domicile. Les bus locaux avec carte orange deux zones sont autant que possible privilégiés au quotidien. La variable prix a, bien sûr, une incidence importante pour ce profil d'utilisateur.

Ainsi, cette catégorie d'utilisateurs, en voie de précarisation, est devenue en quelque sorte "captive" du système qui lui a apporté une solution tangible en matière de déplacements quotidiens.


Les ménages modestes et/ou "raisonnables", c'est-à-dire les familles ne disposant que d'une voiture par foyer pour au moins deux permis de conduire, ou les célibataires sans voiture, effectuent aussi bien des parcours en "boucle", que de station à station. Quant à la tarification, la limite d'une demi-heure est souvent perçue comme une contrainte forte, voire une injonction à ramener la voiture à une station compte tenu des tarifs de la minute supplémentaire.

Les ménages plus aisés ont des usages plus irréguliers.

L'offre de véhicules en **libre-service**, à travers l'exemple de *Praxitele*, est **une solution complémentaire améliorant les capacités de mobilité individuelle en apportant du liant, de la flexibilité, de la souplesse, dans la chaîne de déplacements, et montre la pertinence du système par son intégration dans une offre globale de transport public.**





 <b>PRESTATIONS 1998</b>	
*TAXE DE SEJOUR / CITY TAX	6,50 Frs / Personne / Jour
*PETIT DÉJEUNER / CONTINENTAL BREAKFAST	40 Frs / Personne / Jour
*PARKING	10 Frs / Jour 20 Frs / Semaine
*LIT SUPPLÉMENTAIRE / EXTRA BED	100 Frs / Jour
*MENAGE / MAID SERVICE	50 Frs / Semaine
*KIT LINGE / LINEN KIT	30 Frs
*KIT (Services en option)	40 Frs
*SERVICE HÔTELLIER / DAILY CLEANING SERVICE	40 Frs / Jour / Studio 60 Frs / Jour / Studio junior
*SHAMPING MOQUETTE	300 Frs
*AMBIÈRE / FEUX	20 Frs / Jour
*PHOTOCOPIE / COPY	3 Frs / Page
*TELEPHONE / PHONE	3 Frs / Appel local
*TELECOPIE / FAX	20 Frs / page pour le client 30 Frs / page pour l'étranger 40 Frs / page pour le studio junior
*LAVERIE / LAUNDRY	
*LÉJON / 3 TORRES	30 Frs
*SECHER / DRYER	2 Frs
*LUNETTE / MAKEUP	2 Frs
*SALLE DE CONFÉRENCE	1000 Frs / journée 300 Frs la demi-journée

La forte poussée des "populations spécifiques" que constituent les personnes âgées et les étudiants va induire un renforcement de l'offre de produits ciblés, mais rien ne permet d'affirmer aujourd'hui que ceux-ci comprendront de façon privilégiée des gammes de services annexes.

Face à ces fonctions, l'habitat avec services se distingue par le mode de relation privilégiée entre le client et le fournisseur. Ceci peut se traduire notamment par la proximité physique du lieu du service (intégration à l'immeuble) ou un système de communication adapté. La mise en place d'un habitat avec services implique la gestion d'une interface spécifique client / fournisseur. A l'image des systèmes de "magasins agréés", on peut envisager que l' "habitant avec services" ait à sa disposition, une palette de services mobilisables dans le cadre d'abonnements à souscrire. De tels développements confèrent au métier de régisseur d'immeuble un rôle stratégique comme intermédiaire et coordonnateur final entre le servant et le servi. Ainsi, l'évolution de l'offre et de l'utilisation d'un parc immobilier va dans le sens d'une intégration des services.

Cela est particulièrement vérifié pour les bâtiments abritant des activités tertiaires, où se scindent les propriétaires des murs, les offreurs de services "clé en main" reposant sur un aménagement intérieur et parfois la mise à disposition de moyens généraux à partager, et enfin les utilisateurs finaux qui louent un instrument de travail, un service au sens large.

## LE DÉVELOPPEMENT DE RÉSIDENCES AVEC SERVICES

Un certain nombre d'opérateurs proposent aujourd'hui une offre de logements pour particuliers, dans des résidences avec services. Un nouveau produit émerge, issu du croisement entre l'hôtellerie et la promotion immobilière. A l'origine de cette diversification, on peut citer les "apparthôtels" gérés par *Flathotel*, ou les résidences *Orion*, ou *Citadines* résidences avec services, en plein développement. Cependant, ces offres touchent le migrant, occupant les lieux de



manière éphémère pendant quelques jours ou quelques semaines.

Par rapport à ces nouvelles offres, il est plus intéressant d'envisager le cas de l'urbain sédentarisé.

A ce titre, le cas de la société immobilière *Capri*, filiale de la *Scic* (Caisse des dépôts) est exemplaire. Jean-

Claude Szaleniec, Directeur commercial et marketing de *Capri résidences*, s'est appuyé sur son expérience et son savoir-faire en matière de programmation, de réalisation et de commercialisation de résidences avec services pour étudiants, *Eurostudiomes*, développées par le Groupe dès la fin des années 80.

La segmentation de la demande a donné lieu à une diversification du produit : *university* (CROUS), *jardin des sciences* accessible par prêt conventionné APL, *Lauréades*, d'un standing plus élevé. Ce dernier cas présente une évolution car il a été conçu dès le départ pour une polyvalence certaine. En effet, chaque résidence comprenant

70 studios de 22 à 27 m<sup>2</sup>, bénéficie d'un taux de remplissage physique de l'ordre de 97 %, dont 12 à 20 % par des cadres de sociétés en déplacement. Une dizaine de logements à leur intention y ont été prévus.

Un autre produit "cible" en développement, issu de la connaissance des métiers de service, sont les résidences avec services *Métropolitaines*. Ce nouveau concept immobilier s'adresse aux catégories de personnes caractérisées par des comportements sociaux et progressistes (par opposition à ceux qui sont individuels et conformistes). Les études de marché menées par le BIPE désignent essentiellement les jeunes ménages bi-actifs avec enfants en bas âge. Un bon nombre de

- **une laverie** : conçue comme un "salon-lavoir" dans un local équipé de machines à laver professionnelles, de sèche-linge, de tables à repasser. Pour l'utiliser, il suffit de se procurer des jetons auprès du régisseur,

- **une "boîte à malices"** : à disposition sur simple demande, tous les appareils professionnels nécessaires pour entretenir un appartement ou bricoler : shampoineuse à moquette, nettoyeur à vapeur, perceuse, aspire-tout,...

- **un parking intelligent** : se trouvent dans le parking, une aire de lavage avec jet d'eau, matériel haute-pression, évacuation d'eau, aspirateur, réservée au lavage et au nettoyage des voitures et des deux roues. De surcroît, un équipement spé-

**les métropolitaines**  
des appartements. les services en plus

personnes âgées ont été attirées, à la recherche de convivialité et de services. *Métropolitaines* est selon son concepteur, une continuité de la stratégie antérieure. Lorsque les étudiants quittent leur résidence, ils veulent avoir à leur disposition tous les services qui leur rendent la vie plus facile. Cinq opérations sont en cours ou programmées : Courbevoie, Châtillon, Clichy, Lyon, et Lille.

Le véritable petit service, déjà existant au Euro City, au Centre et au Nord, est un concept adapté à un développement des services à venir. Le principe est simple. Il s'agit de réserver des locaux professionnels de services destinés à apporter et faciliter la vie des résidents, pour offrir une complémentarité à la possibilité d'un studio. Le principe consiste à un Régisseur des Services. Il est important de noter que les charges de régisseur sont quasi-équivalentes à celles d'un appartement dans une résidence classique de taille moyenne. En effet, les services sont réglés par les résidents-utilisateurs selon un tarif fixé d'avance.

**Chambre d'hôte\***  
Des points de vue, une chambre d'hôte pour plusieurs jours et vous savez que le plan pour la nuit est prêt ! Une chambre bien équipée dans un studio. Le Régisseur des Services tient à jour le planning des réservations.

**Point d'accès services\***  
C'est ce que vous pouvez appeler le Régisseur des Services, directement par téléphone, en facilitant un numéro vert ou un numéro à tarif réduit, pour les services de maintenance.

**Laveries\***  
Un local équipé de machines à laver professionnelles, de sèche-linge, de tables à repasser. Pour l'utiliser, il suffit de se procurer des jetons auprès du Régisseur des Services.

**Boîte à malices\***  
Il s'agit d'une véritable boîte à outils, avec tous les appareils professionnels nécessaires pour entretenir un appartement ou bricoler : shampoineuse à moquette, nettoyeur à vapeur, perceuse, aspire-tout,...

**Un parking intelligent\***  
Dans le parking, une aire de lavage avec jet d'eau, matériel haute-pression, évacuation d'eau, aspirateur, réservée au lavage et au nettoyage des voitures et des deux roues. De surcroît, un équipement spécifique est prévu pour recharger les batteries des véhicules électriques.

Les *métropolitaines*, toujours nouvelles et toujours plus.

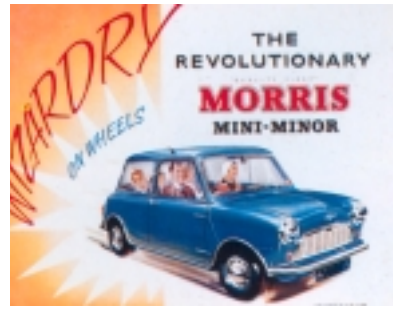
**le service,**

L'originalité du concept repose sur la mise à disposition de certains services "intra muros" complétée par la possibilité d'accéder facilement à une **palette de services externes** par l'intermédiaire du **régisseur** de l'immeuble. Concentrer en un même lieu un ensemble de services posait un problème de coûts fixes élevés des services pour un nombre d'utilisateurs faible. Ainsi, le registre des services attachant à la résidence a été limité, mais avec un niveau professionnel de qualité de matériel (une perceuse qui perce...) ou d'équipement.

Ces services sont :  
- **une chambre d'hôte** disponible dans l'immeuble pour les connaissances en visite,

cifique est prévu pour recharger les batteries des véhicules électriques.

La structure de l'ensemble de ces services est mise en place par la société vendeuse à l'achèvement de l'immeuble. L'assemblée générale de copropriété décide chaque année de leur renouvellement ou de leur modification. Les charges de copropriété restent quasi-équivalentes à celles d'un appartement dans une copropriété classique de taille moyenne. Les services sont réglés par les résidents-utilisateurs selon un tarif fixé d'avance. Les services externalisés peuvent être payés par chèques emploi-services, ce qui présente



aussi un avantage fiscal pour les habitants des résidences.

L'idée n'est pas de renforcer les coûts fixes, mais de fédérer l'existant en centralisant l'information sur les prestations disponibles au sein d'un plateau d'accueil qui "dispatchera" la demande vers les offreurs de services.

Ainsi, l'offre globale comprend un plateau de services existants, adjoint d'une palette de services complémentaires activables à la demande.

Le coût de structure pour que ces services optionnels soient opérationnels est minime. Cela fait passer les charges de 10 francs le m<sup>2</sup> par mois, à 11,50.

Seul, le local du régisseur de services représente un coût fixe mais il est en outre le point d'accès aux services. Ce personnage joue un rôle stratégique dans la mise en œuvre de l'offre. Il est présent à certaines heures de la journée ; le reste du temps, il est joignable à tout moment. Il joue un rôle de médiateur, de lien entre les habitants. Un réfrigérateur dans le local du régisseur des services lui permet même de réceptionner des livraisons en cas d'absence.

L'univers de l'automobile est intégré à la vie générale de ce type de résidence.

Jean-Claude Szaleniec avait pensé à mettre quelques *Smart* dans le parking, pour les proposer aux habitants, certainement comme deuxième véhicule ou voiture urbaine. Si la motorisation électrique avait été disponible, il aurait concrétisé l'idée.

Donc, le concept d'une offre conjointe "immobilière-mobilité" a été effleuré, et l'on aurait pu imaginer que le régisseur de services soit en charge d'une formule d'auto-partage. Le coût d'acquisition de quelques voitures aurait pu être réintégré dans le prix de vente des appartements.

En terme d'utilisation collective de la voiture, les habitants de ces types de résidence se regroupent volontiers pour organiser des sorties le soir. Le covoiturage domicile-travail reste inopérant.

La motivation essentielle pour habiter dans les *Métropolitaines* est la recherche de sécurité et de convivialité. Ce besoin de rompre un isolement relatif est ressenti par une portion importante de la population urbaine. Cela incite l'opérateur à décliner le concept sous d'autres aspects plus ciblés, en gardant la même structure de fonctionnement en plate-forme de services centrale, plateau de base sur lequel on greffe des éléments donnant une configuration plus spécialisée ou optionnelle.

Cette architecture s'inspire fortement de la construction automobile qui d'après une même plate-forme formant châssis, produit des modèles différents.

Deux nouveaux produits en création seront dans la lignée des *Métropolitaines* :

- *Primapart* à destination d'une population non stabilisée professionnellement et familialement, et offrant des appartements de 2 à 3 pièces, meublés. L'équilibre financier de l'offre de services est compensé par une réduction de la taille des logements. En terme de mode de vie, ils s'adressent à des "optimisants". Les jeunes sont identifiés comme réceptifs à ce type d'offre, et leur rôle "attracteurs" d'autres groupes est pris en considération.

- *Serena* correspond à des résidences pour personnes âgées en province, utilisant la même plate-forme faisant appel à des structures de services externes ; exemple : garde d'animaux de compagnie...

## L'ENVIRONNEMENT "SERVICE" DE L'AUTOMOBILE

Le parallèle est tout de suite à établir avec les nouvelles approches de gestion de flottes de véhicules d'entreprises ou de collectivités, où celles-ci louent un service global et n'achètent plus de véhicules. Les cas d'*E-lease* (EDF) et de *Dexia* (CLF Lease Services) sont particulièrement illustratifs, propo-

sant un service complet de location et de gestion de flottes automobiles publiques.

En ce qui concerne les particuliers, en quelques années la demande a évolué, plus fragmentée, plus diversifiée. La voiture unique à tout faire cède la place au break ou au monospace pour les vacances familiales ou les week-ends, à la petite urbaine pour le quotidien, à la professionnelle, sophistiquée et communicante.

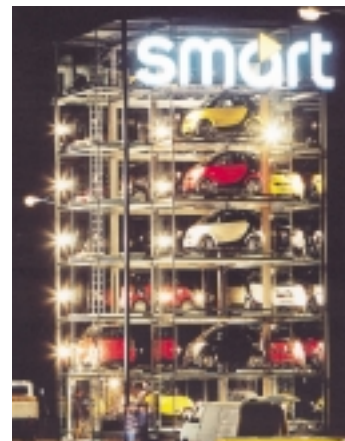
Anciennement objet patrimonial reflet d'un statut social, elle se revendique aujourd'hui instrument de mobilité, outil flexible et léger financièrement. Une étude de *Gemini Consulting* confirme le fait que la valeur de jouissance se substitue peu à peu à celle de possession. Les propriétaires prennent conscience que le budget auto pèse lourd : 15 % de leurs revenus, soit en moyenne 44 000 francs par an en Île-de-France, carburant compris. Ainsi dans les mentalités, la valeur d'usure céderait la place à la valeur d'usage.

Une autre tentative intéressante, victime du non aboutissement de sa démarche marketing, est le cas de la *Smart*. L'idée a été créée par Nicolas Hayek l'inventeur des montres *Swatch* et consultant financier qui a redressé l'horlogerie suisse face à la concurrence japonaise...

Elle a été affichée avec l'ambition d'être un service de mobilité, mais sa concrétisation en partenariat avec *Mercedes Benz*, l'a faite retomber à l'état de produit automobile, ce qui rend la voiture inadaptée à bien des attentes. Le concept se révèle bien plus intéressant que sa réalisation.

L'idée d'origine destinait cette petite voiture à une motorisation électrique, et voyait son utilisation sous forme de location d'un service global de mobilité, permettant de disposer d'une vraie grosse berline si besoin était, de bénéficier de places de stationnement privilégiées et bien placées parce que deux fois plus courtes, d'obtenir des accords avec des transporteurs ferroviaires et aériens pour esquisser une intermodalité de bon aloi.

Ainsi, il est énoncé dans la plaquette de promotion :



*Train, avion, parking.*

*Pour rendre la Smart encore plus mobile et l'intégrer dans un concept de circulation et de mobilité globale, on prévoit :*

- *Avion & Smart : collaboration avec les compagnies aériennes et les aéroports. Les voyageurs doivent pouvoir réserver une Smart en même temps que leur billet. Une Smart les attendra à la sortie.*

- *Train & Smart : collaboration avec les chemins de fer. Réservez d'une Smart à la gare de départ pour en disposer à la gare d'arrivée.*

- *Transports régionaux & Smart : collaboration avec les compagnies régionales. Suivant le principe du car-sharing, on doit pouvoir louer la Smart à l'heure ou à la demi-journée.*

- *Parking & Smart : il est prévu de réserver aux Smart des places signalées dans les parkings.*

A noter que le mot voiture n'est jamais prononcé par les promoteurs de la Smart...

Cela rendait la démarche novatrice et attachante. Malheureusement la ligne de produits annexes et l'accastillage (de l'accroche vélo au nécessaire de pique-nique) ont été déclinés plus vite que la mise en œuvre du service, ce qui a brouillé l'image et vidé le projet de sa substance, mettant la Smart en porte-à-faux sur un marché non adapté. Elle est ainsi perçue comme un gadget inadapté et non comme une solution innovante.

Elle a néanmoins toutes les caractéristiques de la petite voiture urbaine fantasmée : longueur : 2500 mm, largeur : 1451 mm, hauteur : 1548 mm Thibaut de Malezieux, responsable de la commercialisation pour l'ouest parisien, constate que les meilleurs recettes de marketing, techniques, de communication, de commercialisation, ont été engagées avec des moyens considérables, pour ce qui restera un cas d'école sur l'exemple à ne pas suivre.

La finalité n'est pas le bien lui-même, mais l'utilisation de ce bien, rien que son utilisation. La valeur ajoutée n'est plus la propriété mais la mise en œuvre de services multiples sur ce support. Il est intéressant de noter qu'il y a convergence des attentes, aussi bien dans le champ de l'immobilier que dans celui l'automobilité.

## LES PROPOS DE LA VOITURE COMMUNICANTE

A titre d'exemple, le projet conduit par *Vivendi et PSA* illustre les projets en cours développés par les opérateurs de téléphonie mobile et les constructeurs automobiles. Il ne s'agit pas d'un projet de télématique routière basée sur la construction de services autour de la voiture pour la rendre plus ou moins communicante selon les options coûteuses choisies, et amenant peu de clients car trop chères.

La démarche est au contraire de donner accès à un portail de services cohérent, construit autour de l'automobiliste, qu'il soit dans ou en dehors de la voiture, et accessible par différents moyens : GSM, Internet, voiture communicante.

Elle part du constat de l'évolution naturelle des opérateurs de téléphonie mobile tendant à vendre de plus en plus de services, et du développement de l'accès à l'Internet en mobilité très accru en Europe. Un véritable bouquet de services multi-accès est constitué. Cinq types de services accessibles au plus grand nombre sont proposés :

- services de guidage, d'info trafic, d'itinéraire (on vous amène à un resto grec dans le voisinage en assurant une prise en charge de bout en bout, depuis le guidage jusqu'à la réservation, en passant par la recherche du stationnement...),
- services liés à la marque du constructeur, permettant de mieux connaître les produits, les accessoires, l'entretien, les nouvelles offres, communiquer avec les concessionnaires, dépasser le manuel d'utilisation ...
- services d'assistance vitale et non vitale,



- service de mobilité multimodale par information sur l'offre de transport collectif comme alternative au véhicule privé,
- services pratiques : aide au choix des destinations, météo, réservation d'hôtels, restaurants...

Le produit existe actuellement à l'état de prototype et sera lancé commercialement en septembre 2000 en France et en novembre en Europe avec des partenaires européens. Cinquante millions de clients potentiels sont évalués en Europe, en comptant sur ceux de *Vivendi* et de *PSA*.

Les difficultés à prévoir tiennent aux changements de comportement à la fois dans les deux entreprises, et du fait des consommateurs.

En terme de stratégie d'entreprise, une plateforme commune est plus performante qu'une plateforme exclusive sur laquelle peu viendront. En terme de comportement des usagers, il n'est pas encore naturel de faire un virement bancaire depuis son combiné. De plus l'utilisation fréquente est une condition nécessaire pour que ces services soient un jour rentables, or ce n'est pas parce que les usagers, dans leur grande majorité, auront un appareil doté de services de données qu'ils les utiliseront.

## LA LOCATION : POUR EN USER DÉSABUSÉ

Les grandes sociétés de location cherchent à développer leur clientèle et commencent à adapter leur offre, comme le service H2O proposé par *Hertz*. Ils partent du constat que le consommateur est moins charnellement attaché à la voiture.

7% de la population active française loue une fois par

La prééminence de la valeur d'usage  
sur la valeur d'usure



an (y compris les entreprises). Ces chiffres passent à 12% en Grande-Bretagne, 21% aux Etats-Unis, dont 10% de particuliers.

3 millions de locataires produisent 7 millions de transactions. La hausse du marché est de 0,5 % par an depuis trois ans. Le motif en forte progression est celui du loisir, lié à la dérégulation du transport aérien.

A Paris, un ménage sur deux n'a pas de voiture.

L'émergence de nouveaux modes de consommation sont marqués par une importance croissante des déplacements de proximité, de la place des loisirs, et du recours aux services :

- 66% des locations se font sans trajet préalable,
- 24% s'effectuent après un trajet en avion,
- 10% ont lieu après un trajet en train.

Ces deux derniers types d'utilisation sont en croissance. La "formule" H2O de Hertz est basée sur le concept de voiture virtuelle. On n'achète plus de voiture mais des points donnant droit à des jours d'utilisation, un kilométrage illimité, une modulation du type de véhicule en fonction des besoins. Europcar développe un concept proche appelé "voiture idéale", avec une durée annuelle d'emprunt par type de véhicules.

Ces systèmes peuvent fonctionner grâce à deux facteurs stratégiques :

- un choix important de véhicules,
- un réseau de proximité considérable.

*Rent a car* qui n'a pas d'implantation dans les aéroports, a développé sa spécificité de loueur en ville, avec un maillage dans les quartiers. La location elle-même peut s'accompagner d'un service de livraison à domicile et de reprise. Dans ces conditions, la voiture devient un véritable service de proximité.

## LA VOITURE ET "LA GRANDE DISTRIBUTION"

La distribution automobile dans l'union Européenne est régie par un système d'exemption aux règles communautaires, qui devrait évoluer en France en



voyant notamment la suppression du monopole octroyé aux concessionnaires.

Certaines manœuvres ont tenté de préfigurer une certaine banalisation d'accès au produit automobile.

On peut citer *Casino* qui a cherché à vendre des voitures Daewoo en cassant les prix, ou bien *Fiat* voulant briser un tabou en vendant des voitures chez *Auchan*. Un certain nombre d'acteurs comme *Leclerc*, préparent une offre de vente et de services autour de la voiture.

Les concessionnaires rétorquent que "l'on achète pas une voiture comme une baguette de pain". A noter que dans certaines circonstances des promoteurs immobiliers avouent vendre des appartements "comme des petits pains"...

Cent dix hypermarchés avaient participé à l'opération *Daewoo* qui semble avoir été montée à l'insu de *Daewoo Automobiles France*. La chaîne devait mettre en vente 308 *Daewoo Nubira*, en juin 1999, à un prix inférieur d'environ 30% de celui proposé par les concessionnaires. La protestation de ceux-ci a fait couper court à l'opération. Cette tentative ouvre une brèche dans la réglementation de la distribution, jusqu'ici sélective.

*Fiat* souhaitait confier aux 118 hypermarchés *Auchan* de France la commercialisation d'une série spéciale de la petite *Lancia Epsilon* pour un prix inférieur à 65 000 francs.

Chaque magasin *Auchan* devait travailler en coopération avec le concessionnaire local, chargé d'assurer la livraison et rémunéré sur chaque voiture vendue par l'hypermarché. Ce projet a été déclaré irrecevable en l'état actuel de la législation européenne.



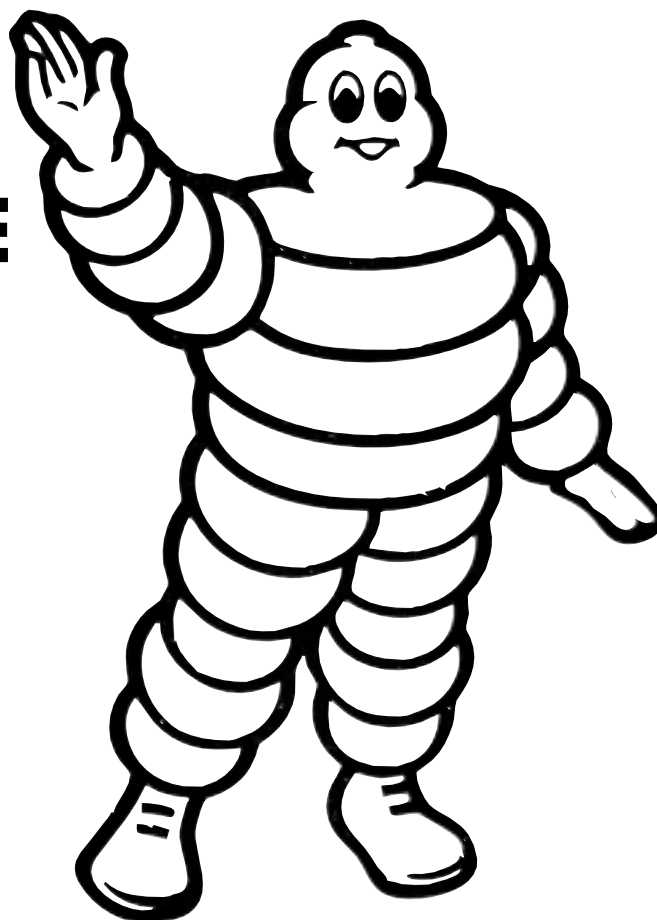
# LA PLATE-FORME DE SERVICES : OFFRE CENTRALISÉE ET RESSOURCES DÉLOCALISÉES

## LE GISEMENT DES SERVICES DE PROXIMITÉ

Des professionnels du service à la personne ou à la collectivité ont choisi de transposer et développer leur savoir-faire dans le domaine dit "des services de proximité", jugé à fort potentiel d'évolution et manquant d'une professionnalisation certaine. C'est notamment le cas de *Sodexho* qui a mis au point le concept de plate-forme de services par l'intermédiaire d'une de ses sociétés *ConneX'Cité*, créée en 1996 en collaboration avec une société informatique spécialisée dans l'ingénierie sociale.

Cette société installe en collaboration avec des prescripteurs (collectivités locales, grandes entreprises, Assedic, caisses de retraite) des structures locales, les relais, entités économiques autonomes, organisées, montées en réseau. Les relais, véritables micro entreprises de proximité installées dans les quartiers (un relais pour 10 000 habitants) constituent, gère et anime deux bases de données précisément renseignées entre celles des demandeurs de services (personnes âgées, familles et enfants, collectivités, entreprises,...) et celles des offreurs de services (individus, associations, demandeurs d'emploi, personnes à temps partiel, étudiants,...). Ainsi, cette structure gère la relation de service établie entre le demandeur et l'intervenant.

Le système global se distingue par quelques caractéristiques originales et efficaces :



- Une notion de proximité très forte : les relais font partie intégrante de quartiers, participent à la vie sociale locale, et connaissent personnellement les habitants, qu'ils soient demandeurs ou offreurs potentiels.

- Un système de gestion, de communication et d'analyse performant, reposant sur l'utilisation d'un logiciel conçu pour gérer les bases de données demandeurs et intervenants, assurer l'adéquation entre offre et demande, gérer les relations entre intervenants, prendre en charge la gestion économique et comptable de chaque relais et du réseau.

- Une animation et assistance permanente pour chaque responsable de relais, une animation de l'équipe de responsables de relais, des intervenants, leur donnant un statut professionnel.

- Une démarche qualité pour garantir un niveau de service élevé, en amélioration continue.

Tous types de services de proximité, services à la personne ou pour des entreprises (maison de retraite, association, collectivité locale,...) sont délivrés.

La typologie exprimée par l'opérateur concerne :

- des services à destination des enfants,
- des services d'aide à des personnes plus ou moins dépendantes,

- des services à destination de ménages actifs :  
garde de nuit, entretien de la maison, du jardin,  
garde d'animaux, démarches administratives,  
entretien de voiture, courses diverses, couture,  
nettoyage, ménage, petites réparations,...

- des services à destination des entreprises ou  
collectivités sous la forme de groupement d'em-  
ployeurs : exemple de *Cristal Car Wash* à Melun.

A noter que la voiture, considérée comme  
élément de la vie quotidienne, est intégrée aux  
offres de services.

En 1997, *ConneX'Cité* avait développé une  
douzaine de relais en région parisienne et en pro-  
vince, et avait une autre trentaine en cours d'étu-  
de. Cette société envisageait un développement  
de sa prestation d'accompagnement logistique et  
technique, au travers de 150 relais, pouvant géné-  
rer 2 250 à 3 000 emplois équivalents plein  
temps. L'approche a depuis été reprise par le  
réseau *Contact Cité* où les relais ont donné lieu à  
des groupements d'entreprises. L'organisation a  
son siège à la Maison des professions, dans le  
département du Nord.

Le fonctionnement de ce schéma d'organi-  
sation en plates-formes de services s'est conforté  
et a trouvé son autonomie à travers de nom-  
breuses structures où le service est externalisé.



Cependant, une tendance à internaliser le  
module central de coordination et de mise en  
relation avec des prestataires de services se déve-  
loppe dans quelques cas. Il est intéressant de  
noter que cette nouvelle offre fait partie intégran-  
te de la démarche marketing de certains opéra-  
teurs immobiliers, qui ont conçu un produit  
autour d'une palette de services potentiels.



# LE POTENTIEL DES SERVICES, DE PROXIMITÉ

**P**eut-on parler de services de proximité ? La définition même d'un tel secteur semble être une tâche délicate. Jean-Louis Laville et Bernard Emé tentent une définition : *"les services de proximité sont des activités marchandes ou partiellement marchandes circonscrites à un espace local quotidien leur imprimant une fonction sociale relationnelle, qui répondent dans un délai assez court ou selon une périodicité plus ou moins déterminée à des besoins non satisfaits de particuliers en tant que ces besoins relèvent de pratiques de leur vie quotidienne ou renvoient à une utilité sociale admise majoritairement"*.

La notion de services de proximité répond, en France, en fait essentiellement à une logique d'emplois potentiels ou, de façon équivalente, de besoins potentiels. Il est fréquemment dit, depuis une dizaine d'années au moins, qu'il existe au sein des services des "gisements d'emplois" insuffisamment exploités, correspondant à autant de "besoins non satisfaits". Nés d'évolutions démographiques, économiques, sociales, culturelles lourdes, ces besoins ont été mis en évidence par de multiples études.

L'allongement de l'espérance de vie et le vieillissement démographique suscitent une demande accrue de loisirs de proximité, d'entretien et d'aménagement du cadre de vie, et également d'aide à la dépendance.

L'augmentation du taux d'activité féminine engendre des besoins en matière d'entretien du domicile, d'organisation des tâches du foyer, et d'occupation et d'encadrement des enfants. L'offre publique de garde collective des enfants ne peut plus répondre à elle seule à une diversité de

71 associations agréées se sont réunies pour simplifier la vie des Parisiens  
A l'initiative de la Ville de Paris  
**Paris**  
**Services à domicile**  
**pour la Famille**  
INFORME, CONSEILLE ET ORIENTE  
POUR  
l'enfance,  
les personnes âgées,  
les personnes dépendantes,  
les personnes handicapées,  
et tous les autres services à domicile.  
SUR  
la garde à domicile  
les sorties d'école et le soutien scolaire,  
le ménage, le repassage, le petit bricolage, le petit jardinage,  
la livraison de repas, la préparation de repas à domicile,  
les courses, l'aide aux démarches administratives,  
la téléassistance.  
**Contactez-nous au**  
**0 801 13 32 32**  
SERVICE D'INFORMATION ET D'ORIENTATION GRATUIT  
Les partenaires : la Ville de Paris, le Département de Paris,  
la Caisse d'Allocations Familiales de Paris, l'AMIE et  
la Caisse des Dépôts et Consignations (CDC)  
DOCUMENT DIFFUSÉ EN 1995  
L'UNION PARISIENNE DES ASSOCIATIONS AGRÉES DE SERVICES AUX PERSONNES  
105, rue de La Jonquière - 75017 Paris  
Associations 01 49 25 41 24 - 01 49 25 41 24 - Code APE 9020

situations liée à la disparité croissante des horaires de travail et des modes de vie. L'accroissement du niveau de vie moyen banalise peu à peu des services auparavant considérés "de luxe". Enfin, l'anonymat exprimant pour beaucoup une certaine "déshumanisation" des villes, le dépeuplement voire la "désertification" des campagnes, créent autant de besoins et d'opportunités d'animation de la vie locale.

Les services de proximité chevauchent plusieurs branches de la comptabilité nationale, des services aux ménages et aux entreprises au commerce et à l'hôtellerie-restauration. Ils sont également hétérogènes en matière de métiers, de clientèle, de développement, de financement. Ils comportent notamment des services dits sociaux (aide aux personnes âgées, ou dépendantes, garde des jeunes enfants,...) qui se distinguent des autres par deux aspects fondamentaux : la longue histoire de l'intervention publique dans les services de proximité, fait que l'on considère que leur financement doit être au moins en partie assuré par la collectivité, et que, du fait d'asymétries entre offre et demande, les conditions de prestations doivent être réglementées. Les besoins en services de proximité sont divers, mais au total considérables. En 1996, un sondage



réalisé pour le compte du syndicat des entreprises de services à la personne (SESP) indiquait qu'une offre nouvelle de services à la personne intéresserait un ménage français sur quatre, soit près de 6 millions de ménages.

Selon l'INSEE, plus de 4 millions de ménages expriment le besoin d'une aide de proximité pour la vie quotidienne. La demande potentielle de services de proximité représenterait près de 500 000 emplois équivalent temps plein d'après une étude du CREDOC ne prenant pas en compte les consommateurs les moins disposés à payer.

## BÂTIR UNE POLITIQUE INDUSTRIELLE DES SERVICES

La viabilité économique des services de proximité dépend de la capacité de l'offre à créer des services de masse de qualité à des coûts abordables, en réalisant d'importants gains de productivité. Ceux-ci ne pourront apparaître que si les prestataires de services sont capables de revoir leur organisation, aujourd'hui plus adaptée à la prestation de services sociaux qu'à celle de services généraux.

Ces difficultés sont nouvelles, car compte tenu du caractère social de l'essentiel des prestations existantes, la maîtrise des coûts ne pouvait être considérée comme objectif prioritaire dans le passé.

Les services courants, eux, ne justifient pas les mêmes préventions vis-à-vis de l'efficacité. Les efforts devront porter sur la mise au point et la systématisation de modes d'organisation efficaces pour gérer la grande fragmentation des heures et des lieux de travail qui caractérise les

services domestiques courants de masse.

Les gains de productivité pourront être recherchés par la gestion des temps morts dans le cadre des services rendus au domicile, et par la mise au point de modes de production plus capitalistiques, susceptibles de fonctionner avec une productivité d'une autre ampleur, dans le cadre de services rendus à l'extérieur du domicile.

Dans ce dernier cas, il faudra veiller à ce que les aides publiques à l'innovation, prévues pour les entreprises industrielles et parfois pour les entreprises de services aux entreprises, puissent être attribuées aux prestataires de services de proximité qui, étant jusqu'ici quasiment inexistantes, ont souvent été oubliées dans ces dispositifs.

Pour développer des services de proximité de masse, il faut enfin que les prestataires se structurent pour partager les coûts fixes liés aux nouvelles infrastructures qui accompagnent désormais leurs modes de production, qu'il s'agisse des infrastructures spécifiques dédiées à la promotion, à la description de l'offre, à la prise de commandes, et à la facturation des services, ou des infrastructures de ramassage-livraison souvent associées à la prestation de services de proximité. Le partage des coûts fixes et l'offre d'une palette de services coordonnés à l'intérieur de laquelle une division du travail pourrait s'effectuer constitueraient des aides importantes aux structures naissantes. Diverses expériences locales vont d'ailleurs dans ce sens, notamment à Strasbourg.

Pour satisfaire les besoins de communication entre le prestataire et le client, des plateformes téléphoniques ont été mises en place au cours des dernières années. Ces plates-formes

sont adaptées à la fourniture de services sociaux, de sorte qu'elles sont généralement non rentables et financées par des collectivités locales ou des fondations d'entreprises privées.

Les services "courants", de leur côté, répondent à des besoins plus uniformes, et nécessitent un moindre suivi. Dès lors, des réseaux spécifiques, par exemple basé sur l'Internet, semblent être plus adaptés à leur fourniture que les plateformes téléphoniques appelées aussi *call centres*. Toutefois, l'organisation de tels réseaux ne peut résulter de l'initiative propre de petites et très petites structures, qui ont en général ni la visibilité, ni le savoir-faire, ni les capacités financières nécessaires. Idéalement, elle pourrait être assurée par des entreprises ayant une surface financière suffisante pour couvrir progressivement les coûts fixes de la conception et de la mise en place du réseau par le flux des redevances payées par les entreprises adhérentes.

## LA PLUPART DES BESOINS NE FORMALISENT PAS DE DEMANDE

La majorité des besoins restent non satisfaits; pourquoi ?

Sur les créneaux de marché non couverts par l'aide publique, l'activité ne s'est pas développée. Certes, quelques segments font exception et connaissent une croissance rapide, à l'image de la livraison à domicile associée à la consommation d'autres biens et services (commerce, restauration). A leur apparition, les services de livraison ont largement été subventionnés par la vente des produits livrés. Mais il semblerait que de façon croissante, ces activités deviennent autonomes et rentables, notamment grâce à des progrès en matière d'organisation.

Au total, l'offre de services de proximité ne semble émerger, sauf exception, qu'à l'abri de subventions publiques substantielles,



directes ou indirectes.

En amont de toute nouvelle décision, il convient donc de se demander pourquoi ce potentiel ne se réalise pas plus largement et plus spontanément. L'explication la plus immédiate est que le prix trop élevé des services de proximité n'est que le reflet du coût excessif du travail non qualifié.

L'offre de services doit être en mesure de réaliser des gains de productivité et d'abaisser les prix.

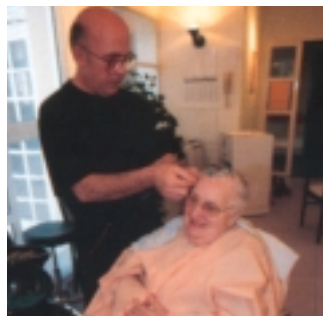
Le concept "d'emploi jeunes" pourrait être une formidable occasion, d'une part, de développer de nouvelles filières professionnalisantes et qualifiantes, d'inventer de nouveaux métiers répondant au gisement des services de proximité, d'autre part, de faire bénéficier indirectement ce secteur d'aides publiques dans une optique entrepreneuriale.

## DE L'INTÉGRATION À LA SOUS-TRAITANCE

L'exemple de la livraison à domicile est intéressante par rapport au thème de l'automobilité et de l'habitat partagés (du point de vue de leur utilisation et de leur gestion). Il pose la question du choix de l'internalisation ou de l'externalisation du service, devenant selon le cas une composante stratégique, voire un levier de décision, de l'activité principale.

Autre champ de la mobilité "individuelle", l'activité de ramassage-livraison représente une grande part de la demande de nouveaux services.

Le portage se développe aujourd'hui très rapidement à l'initiative d'entreprises de grande distribution qui accompagnent la tendance de leurs clients à se faire livrer ce qu'ils allaient chercher auparavant dans les magasins. Mais pour le moment, ces services de portage leurs sont dédiés. Compte tenu des coûts fixes attachés à cette activité, les petites entreprises, pour leur part, ne pourraient faire appel qu'à des services de livraison externes, pour l'heure pratiquement inexistantes.



Dans le cadre d'une formule impliquant une intervention publique, on pourrait imaginer que, des politiques visant à inciter les automobilistes à laisser leur véhicule dans les parcs de stationnement à l'entrée des villes, les collectivités locales suscitent la création d'entreprises de portage de paquets depuis les commerces jusqu'à ces parkings.

## SERVICE DE PROXIMITÉ OU PROXIMITÉ DU SERVICE ?

Certains métiers de l'artisanat se sentant concurrencés par des prestataires de services pourraient demander à être soumis au même régime fiscal. Il pourrait en être ainsi, par exemple, pour la teinturerie traditionnelle si les services de repassage à l'extérieur du domicile rentraient dans le champ de l'aide, ou pour la plomberie ou la menuiserie si les entreprises de services de proximité proposaient des services de réparations au domicile. L'intervention publique doit éviter de créer un secteur cloisonné, n'obéissant pas aux mêmes que le reste de l'économie, fût-ce pour lutter contre le travail clandestin. Des services organisés en dehors du domicile, substituables au travail clandestin, sont aujourd'hui pénalisés par une distorsion de concurrence. L'enjeu est de réduire cette distorsion, pour que ces activités proposent un meilleur rapport qualité / prix.

Si on se focalise sur les services de la vie quotidienne, la problématique doit prendre en compte les problèmes d'intermédiation et d'organisation, et donc le besoin d'une certaine complémentarité des services. Cela a des implications majeures dans les choix économiques : polyvalence des infrastructures et des emplois, groupement des employeurs, etc. Le choix d'un bon champ nécessite donc une concertation décentralisée. Le bon champ et le niveau idoine de proximité territoriale sont deux questions à résoudre ensemble.

Le mot proximité a toute son importance : il signifie la proximité géographique et/ou la relation de confiance étroite qui peut relier le presta-

taire et l'utilisateur. La demande de services de proximité n'est donc pas seulement la demande d'une transformation d'un bien ou service stéréotypé, elle inclut aussi une relation spécifique à chaque cas.

La cellule prospective de la Communauté Européenne cite un ensemble de services dits "de proximité" méritant d'être explorés, prenant une option positive pour un champ large d'activités non centrées sur le domicile. Il s'agit de dépasser l'optique très ancienne des emplois familiaux et domestiques. Ce champ large couvre les services de la vie quotidienne, d'amélioration des cadres de vie, de culture et de loisirs, de sauvegarde et de valorisation de l'environnement, et aussi services qualifiés d'intermédiation, c'est-à-dire de mise en relation des particuliers et des acteurs socio-économiques par l'information, l'orientation et le conseil.

Si historiquement l'emploi de proximité répondait à une logique d'aide sociale, l'enjeu pour le développement de ces activités est de les combiner à une logique d'emploi qui devrait prédominer.

La professionnalisation de ces emplois semble aller de pair avec une amélioration des conditions d'emploi des salariés en les stabilisant dans leurs emplois à travers :

- l'élargissement du rôle des plates-formes locales de services qui pourraient organiser un rapprochement des associations et prestataires pour offrir aux salariés, massivement à temps partiel, des compléments d'activité ou pour favoriser l'organisation de formation,
  - l'évolution de la tarification des prix dans ce secteur en fonction de l'engagement des associations dans une démarche qualité de services.
- Or, dans la réalité, la notion d'emploi de proximité et celle de travail non qualifié sont souvent associées.

Des raisons essentiellement fiscales contribuent à maintenir des pans entiers de pratiques parallèles (et occultes) échappant à toute reconnaissance de ces métiers assimilés parfois à ceux de "tâcherons".

La baisse de la TVA pour les entreprises exerçant dans le secteur des services de proximité, visant à une solvabilisation de l'offre, n'a pas été retenue comme solution.

L'extension du ticket-services, dont le titre-emploi-service constitue une préfiguration, est à la fois un outil de solvabilisation de la demande qui serait neutre par rapport à l'offre et compatible avec une complète liberté pour le demandeur de service à l'image du ticket restaurant, et également il serait conçu pour favoriser le recours à une association ou à une entreprise plutôt qu'une relation d'emploi direct de gré à gré.

*Le titre-emploi-services :*

*La loi de Janvier 1996 a ajouté un nouvel instrument de solvabilisation et de simplification en adoptant le principe d'une possibilité d'aide financière versée par les comités d'entreprises, ou les entreprises en l'absence de comité, aux salariés souhaitant recourir à des emplois familiaux. Cette aide est fixée à 12 000 francs par année civile et par bénéficiaire et ne peut excéder le coût des services supporté par ce dernier. Lorsque le bénéficiaire souhaite recourir aux services d'un organisme agréé, il peut utiliser comme mode de paiement un titre-emploi-services (TES). Conçus comme des tickets restaurants, ces titres sont acquis par les comités d'entreprise et attribués aux salariés en vue du paiement de tout ou partie des services effectués à leur domicile par un prestataire agréé. L'expérimentation a débuté en septembre 1996 dans 13 départements, puis a été étendue à tout le territoire. Le dispositif est en cours de pérennisation.*

## PRÈS DE 1 200 000 EMPLOYEURS DÉCLARÉS

Les employeurs familiaux sont en forte progression depuis 1992. La croissance du nombre de salariés est plus limitée pour des durées d'emploi qui restent faibles. Depuis 1992, le nombre d'employeurs à domicile, et donc d'emplois familiaux nouvellement déclarés, a considérablement augmenté. Les

effectifs d'employeurs "classiques" sont d'environ 770 000 à la fin de l'année 1997. Pour les utilisateurs du chèque emploi-services, le stock mensuel de comptes actifs s'élevait à environ 396 000 à la même époque. Le nombre d'employeurs familiaux déclarés est donc proche de 1 150 000, soit une progression de plus de 650 000 en six ans.

## MISE EN PERSPECTIVE

En France, les services dits de proximité correspondent essentiellement à des services à la personne, répondant à trois types de besoins : les aides domestiques courantes, les aides aux enfants et les aides à la dépendance pour le maintien à domicile. Ces besoins sont considérables mais ne sont pas tous synonymes d'emplois. Pour satisfaire un même besoin, un ménage a le choix entre de multiples solutions : ne pas faire, faire par lui-même, faire faire par des proches de façon informelle ou recourir à un service marchand ou non marchand.

La substitution totale possible entre autoproduction et consommation sur le marché n'est pas pertinente pour caractériser les services de proximité. Les données culturelles et les effets-revenus sont importants. La décision de recourir à un service de proximité est aussi liée au niveau des prix. L'élasticité-prix de la demande n'est pas constante : elle dépend d'autres facteurs socio-économiques tels que le niveau de revenu, le diplôme et l'âge.

Ces considérations sont d'ailleurs à rapprocher de celles s'appliquant à l'usage de la voiture particulière : Comme le souligne Gabriel Dupuy dans ses travaux, le coût du service fourni par l'automobile apparaît bien faible, même estimé à sa juste valeur économique. Cela provient en partie du fait que l'économie ne prend pas en compte le coût de la tâche du conducteur.

Dans les premières années de l'automobile, des chauffeurs salariés entretenaient le véhicule, logeaient dans le garage, préparaient la voiture pour les voyages, conduisaient leurs maîtres,

dépannaient la mécanique, protégeaient les passagers contre les agressions. Les coûts salariaux actuels n'autorisent que rarement le recours à des chauffeurs professionnels dont la diffusion antérieure collait avec le maintien d'une certaine forme de domesticité.

Pour le coup, et par nécessité de fonctionnement du système, l'intégration du service de mobilité à l'habitat était totale...

Si plusieurs considérations socio-économiques montrent le fort potentiel de la demande de services de proximité (vieillesse de la population, augmentation du pouvoir d'achat, démocratisation et officialisation de ces services), d'autres facteurs tels que l'augmentation du temps libre liée à la réduction du temps de travail ou à l'arrêt momentané de l'activité professionnelle, et le niveau élevé des prix relatifs des services se présentent plutôt comme des freins au développement des services de proximité.

En ce qui concerne le travail domestique, une étude considère que la valeur du travail domestique représente au minimum 30% du PIB. Son contenu évolue au cours du temps, et se définit en général comme "le travail accompli dans le cadre de la famille, nécessaire au déroulement de la vie quotidienne dans les normes sociales actuelles".

Le nombre d'heures consacrées au travail domestique est supérieur au nombre d'heures passées par les actifs au travail professionnel. A la fin des années 80, les femmes actives consacrent en moyenne 4 heures 15 par jour ouvrable au travail domestique, et les hommes actifs 2 heures 10. Ce travail domestique augmente de deux heures en moyenne chaque jour de week-end.

Malgré ce besoin, le recours à un service domestique à domicile reste rare, surtout pour les ménages jeunes. En 1996, sur 47 millions de ménages dont la personne de référence a moins de 65 ans, seulement 1,8 million paie un service domestique courant (ménage, entretien du linge, jardinage), à peine 4% de la population jeune.



Cependant, la garde à domicile est aussi le mode qui a le plus progressé en terme de taux de recours depuis 10 ans : le nombre de ménages concernés a quasiment doublé. La proportion de ménages utilisateurs de ce service est passée de 22% en 1994 à 31% en 1995.

1,5 million de ménages mobilisent régulièrement ou ponctuellement une garde payante pour leurs enfants. Son coût a fortement diminué, du fait des mesures publiques (allocation de garde d'enfant à domicile, et réduction d'impôt pour emplois familiaux). Ceci rend ce mode de garde très attractif pour les ménages aisés, en terme de prix et de services rendus, notamment par rapport à la crèche, dont le prix augmente fortement avec le revenu du ménage.

L'accompagnement des enfants à l'école est également une spécificité française et une composante de la mobilité en forte croissance, puisqu'actuellement 1 enfant sur 4 est emmené en voiture. Un motif essentiel de ce comportement est la sécurité de l'enfant, et la démarche (top-down) est divergente de celle adoptée en Suisse, par exemple, où une responsabilisation et une autonomie de l'enfant sont recherchées en l'incitant à aller à l'école à pied, moyennant la mise en place de passages protégés et jalonnement adéquat (bottom-up). La Suède ne met pas en place de zones de ralentissement aux abords des écoles, mais un système de conduite lente est instauré et respecté dans un espace-temps correspondant aux entrées-sorties des élèves...

Ce service est intégré à part entière dans celui de la garde des enfants et est en totale relation avec la sphère domestique. Il reste à rendre plus lisible et plus efficace individuellement et socialement.



D'après l'enquête nationale réalisée par l'INSEE sur les services de proximité en 1996, 18% des **ménages** dont la personne de référence a **plus de 65 ans** recourent à un emploi familial payant, déclaré ou non, ce qui correspond à 1,2 million de ménages. Dans 64% des cas, c'est-à-dire pour 800 000 ménages, il s'agit d'aide à la dépendance.

L'accompagnement des personnes âgées est proposé par des associations spécialisées, mais souvent dans un cadre para-médical nécessitant une procédure de prise en charge rigide, et pour des motifs très définis.

Les perspectives de vieillissement de la population qui devient majoritairement âgée, pose des questions sur l'âge limite des capacités à conduire un véhicule automobile. Aujourd'hui, il n'existe pas d'âge limite ni de restriction particulière. Cela risque à terme de poser des problèmes de sécurité publique si des adaptations ne sont pas mises en place.

Cette question est très difficile à traiter notamment par le fait que les conditions physiques des individus sont très variables et que l'âge n'est absolument pas un critère pertinent. D'autres indicateurs sont à construire pour évaluer les capacités réelles de chacun à se déplacer de manière autonome, sans risque personnel ni pour la collectivité (accuité visuelle, réflexe, prise de médicaments,...). Cela pourrait avoir des conséquences fortes sur la conception du matériel roulant (voitures spécifiques pour personnes âgées ?) et sur la mise en place de services de

mobilité pour cette population, souvent en attente de lien social et d'autres formes de relation.

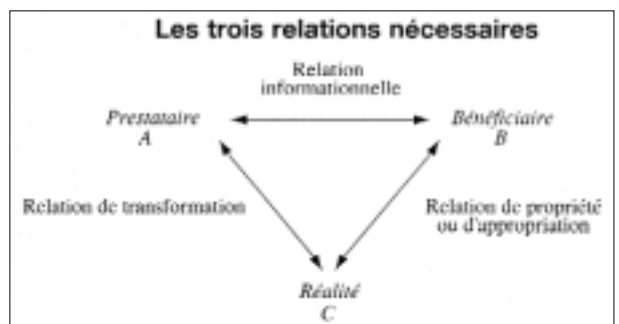
A noter que la composante urbaine est majeure, car nombre de lotissements sont en voie de vieillissement intense et dont les habitants, à moins d'arriver à déménager en centre-ville, sont captifs de la voiture particulière.

Une étude du CREDOC réalisée en 1995 met l'accent sur une très forte demande potentielle de services de proximité. Ainsi, en éliminant les personnes les moins motivées ou n'étant pas prêtes à payer, cela représenterait environ 477 000 emplois équivalent temps plein.

D'autres types de services coexistent avec des logiques différentes, plus collectives ou plus industrielles. On parle de services urbains, de services municipaux,...

Trois relations sont nécessaires pour qu'une activité économique puisse être définie comme un service :

- une relation de service entre le prestataire A et le destinataire B (client ou usager), constituée d'un ensemble d'interactions informationnelles, et monétaires lorsque le service est marchand ;
- une relation de transformation faite de l'intervention du prestataire A sur la réalité C à modifier ( l'objet à réparer, l'enfant à éduquer, ... ) ;
- une relation de propriété ou d'appropriation de la réalité C par B. Eventuellement, l'usager ou client B peut agir sur cette réalité (son enfant par exemple), ou être confondu (son propre corps doit être soigné par exemple).



Jean- Louis Laville, chercheur au CNRS, exposait des axes de développement lors d'une conférence de la DIV (délégation interministérielle à la ville), portant sur le thème : "*les petits boulots : services de proximité ou nouvelle domesticité ?*".

Les services de proximité semblent explorer des besoins insatisfaits, offrant ainsi à la fois des perspectives d'emploi et un mieux vivre à de nombreuses personnes. Mais leur développement ne risque-t-il pas de créer un clivage radical entre une nouvelle "domesticité" et les classes moyennes qui l'emploient ?

Le service public concerne la politique de la Ville. Le développement de services publics de proximité, souhaités ou nécessaires, implique des formes de partenariat nouvelles et une technicisation des problèmes sociaux.

Ces services sont plus créés pour les personnes à insérer (créer des opportunités d'insertion) que pour les intéressés usagers. On assiste à une sorte d'instrumentalisation des associations entraînant un malaise. Le thème du sens et de la mission réapparaissent.

Les services et emplois de proximité favorisés par des exonérations fiscales (chèques emploi-service) ne concernent qu'un type d'emploi très limité : les emplois familiaux sont à 79% ceux de femmes de ménages travaillant cinq heures par semaines.

#### **Industrialisation des services de proximité :**

La politique industrielle, reconnaissant l'enjeu, envisage trop la structuration de l'offre à travers la rationalisation et la standardisation. Or, il est essentiel de prendre en considération le fait que les services de proximité rentrent dans l'intimité des personnes, et que le problème principal posé est celui de la confiance.

Les services existent la plupart du temps, mais ne résolvent rien (exemple ceux pour les personnes âgées). Il s'agit d'une juxtaposition de services cloisonnés. Or, la demande de service correspond fondamentalement à une demande de sociabilité.

La démarche industrielle est trop partielle par le fait qu'elle considère que les demandes existent et qu'il suffit de les satisfaire en dehors de toute construction sociale. L'offre et la demande ne peuvent se révéler que par le dialogue.

A titre d'exemple, on peut citer les coopératives de solidarité sociale prestataires de services en Italie, reconnues par le Gouvernement, où le principe d'une personne une voix est appliqué dans la gestion de la coopérative où usagers / bénévoles/salariés ont le même pouvoir.

En Allemagne, 4 à 5 000 projets d' "auto-assistance" font collaborer usagers et salariés.

En Grande-Bretagne, des expériences de transports communautaires, et les centres locaux de services communautaires au Québec, sont basés sur la collaboration des habitants.

Se sont développées, en France, les crèches parentales, lieux d'accueil enfants/parents désinstitutionnalisés (voir le regroupement Plateau Picard, bébébus itinérant, emplois saisonniers agricoles, etc...).

#### **Stratégie :**

Construire au niveau local une offre de services pluriels par une médiation associative.

La structuration d'une économie solidaire doit concevoir des services en les ancrant dans le vécu quotidien des usagers. Cela dépasse l'étude de marché et la méthodologie de l'étude des besoins.

L'idée est de rentrer dans cette conception de services par l'intermédiaire de micro-dialogues poussant la réflexion sur l'adéquation / l'inadéquation.

Il s'agit de créer une relation de confiance et de socialiser dans la sphère publique des problèmes gérés dans le privé.

Le rapport offre/demande constitue alors un enjeu socialisé. Il y a hybridation entre les ressources marchandes et les contributions non marchandes. Le travail a un sens pour les gens qui y participent. Les différentes formes de travail ont un sens entraînant un équilibre de gestion



durable des services, ce qui est différent dans un contexte où le bénévolat est subi par manque de moyens.

L'hybridation bénévolat / salariat implique un rééquilibrage en différentes économies non hiérarchisées où le travail peut être auto-régulé. Le risque est la régulation administrative de ce secteur.

Economie solidaire signifie possibilité de socialiser des questions privées en rupture avec l'économie domestique, mais également avec l'économie informelle ou souterraine, en créant des dynamiques communautaires de projet.

La crise du lien social dans la marchandisation représente un enjeu politique de reconnaissance de la prise en charge individuelle par des personnes.

Comment institutionnaliser les services parmi l'envahissement des logiques procédurières, de programmes, d'entretien du clientélisme ?

Les politiques d'insertion et d'emplois sont inappropriées. Le paiement à l'acte oblige un travail de concertation pour la qualité de service qui n'est plus rémunéré. L'investissement immatériel pour rendre les services pertinents est négligé. Les politiques publiques sont dans l'incapacité de pérenniser les expérimentations.

Les services de proximité représentent un gisement potentiel d'emplois mais les approches marginalisent le concept.

Le couplage de la réduction du temps de travail et du besoin d'apporter des solutions aux maux sociaux incite à apporter une réponse globale en se démarquant du fond des politiques menées dans le domaine de la construction institutionnelle des emplois-services. Des effets pervers ont vu jour avec la mise en place du chèque-service multipliant de nouveaux travailleurs indépendants et une cascade de travail en sous-traitance.

**Le développement du concept de service de proximité est basé sur la co-production** (avec les usagers) avec une professionnalisation du secteur. La reconnaissance part du fait que l'offre et l'organisation du service sont qualifiantes.

## CHAÎNE TOTALE ET ENSEMBLIERS PARTIELS

Chacun est cloisonné et les synergies restent basées sur des ambitions opportunistes. On peut citer, par exemple, dans les années 1990 la stratégie de nombre de groupes BTP de se positionner comme acteur-ensemblier de la ville, en offrant des prestations élargies "clé en main" en intervenant fortement sur le marché, alors émergent, des parcs de stationnement.

Ils cherchaient à se situer très en amont dans le conseil aux collectivités locales sans posséder véritablement ni la culture, ni le savoir-faire, si ce n'est à travers la fusion-acquisition de bureaux d'études spécialisés possédant des approches et des logiques pas toujours convergente avec l'objectif avoué : s'appuyer sur ce type de prestation pour faire travailler l'entreprise générale de construction, s'infiltrer dans les collectivités locales pour obtenir d'autres marchés de construction, voire récupérer des concessions de "services urbains" (ramassage des ordures ménagères) pour une grosse filiale... La chaîne est totale, mais l'approche non globale. Chaque activité reste dissociée l'une de l'autre et la logique de l'entreprise est celle de la production de court terme (l'activité) et non la gestion de long terme (le conseil).

Il importe de réfléchir aux moyens d'accrocher un grand nombre d'activités pour offrir aux urbains un package multiservice où la vie quotidienne de l'usager, du citoyen est l'objet central de la démarche. Il s'agit de consolider un environnement global de services.

Le positionnement de Sodexo illustre l'état d'esprit d'ouverture et d'intégration de nouveaux métiers dans une offre globale. Cette société n'est pas qu'une entreprise de restauration collective, mais s'est diversifiée dès les années 70 dans les métiers du service.

La majorité des sociétés de multiservices offrant des prestations aux entreprises est entrée sur ce marché par le biais de la maintenance technique.

La démarche de Sodhexo se différencie en reposant sur son savoir-faire humain.

Elle propose aux entreprises une offre de gestion globale des services à la personne comme la propreté, l'accueil, le standard, le courrier, la gestion des archives, la reprographie et les déménagements. La maintenance immobilière est assurée par une filiale spécialisée dans le multitechnique, et intervenant dans l'entretien des bâtiments et des installations électriques et climatiques. Le groupe compte sur le développement du multi-service pour accroître le taux de fidélisation de ses clients, dont la plupart souhaite lui confier la gestion globale de leurs services.

Depuis un certain temps, la notion de services liés à la mobilité se développe. Elle va dans le sens d'une globalisation puisque la mobilité elle-même se rattache de plus en plus à un nombre croissant d'activités quotidiennes qui s'internalisent dans le monde du transport pour en maximiser l'utilité et donc l'attractivité.

Cette approche repose sur plusieurs points et constatations :

- Le thème de la création d'emplois est stratégique, amenant à réfléchir sur de "nouveaux emplois et de nouveaux services". L'essor des emplois jeunes a amorcé cette démarche, visant à développer des emplois d'un type nouveau pour répondre à une demande jusqu'ici non satisfaite.
- Les services de proximité représentent un marché en croissance, où les besoins sont communément qualifiés de considérables. Néanmoins, l'aspect du financement de ces services et de la prise en charge de leurs coûts ne trouvent pas encore de solution, au regard du rôle attendu de l'Etat, du coût de la main d'œuvre, de leur taux de pénétration.
- La prise en compte des comportements est au cœur des démarches de planification des plans de mobilité, et des mesures visant à modifier ou induire de nouveaux comportements plus respectueux de l'environnement et plus citoyens sont recherchées.

## CUMUL DES OFFRES ET PANACHAGE DES SERVICES

En gardant le même fil conducteur conceptuel de la recherche d'une intégration d'activités distinctes mais pouvant être complémentaires visant à l'obtention de synergies pour générer un **environnement de maximisation des utilités**, le rapprochement entre services de proximité et services liés à la mobilité paraît stratégique.

Outre des aspects purement fonctionnels, l'enjeu est d'offrir à l'utilisateur de la ville et de ses lieux de mobilité, un fort degré de convivialité et d'hospitalité tout au long de sa chaîne d'activités quotidiennes et recréer des tissus de sociabilités denses. Comment évaluer la demande pour un tel degré de contraction des fonctions ? Quelles sont les articulations stratégiques ? Comment valoriser la contradiction entre services de proximité se référant au local, et services liés à la mobilité renvoyant à la distance ?

Quelles sont dans une période de vie les phases ou étapes favorables et réceptives à un fonctionnement conjoint entre ces deux types de services ?

Quels sont les effets induits sur ce système par les nouveaux rythmes urbains dus aux articulations entre temps de travail et temps de vie (mode de garde des enfants, déplacements, horaires de services publics et privés) ?

L'objectif est de dégager les conditions favorables de partenariat et de rapprochement en observant les stratégies à l'œuvre et en identifiant les coopérations possibles entre acteurs ayant des logiques distinctes : grande distribution, exploitants de transports, opérateurs de services de proximité, services à la personne,...

Les lieux du transport sont souvent investis par les offres commerciales répondant à des besoins de services de proximité ; réciproquement la composante mobilité s'intègre peu à peu dans l'univers des lieux de consommation.



*Monoprix*, le "city marché" disposant une billetterie automatique SNCF dans ses supermarchés, illustre ce rapprochement. *Casino* cherche à implanter dans les grandes gares urbaines, des supérettes automatiques 24/24 proposant plus de 250 produits référencés. *Connex* implante des crèches dans ses gares anglaises (Londres Victoria) et des boutiques *SPAR* où le guichetier tient à la fois la caisse de la supérette et délivre des billets de transport (Leatherhead).

Plus qu'une juxtaposition de ces services, quelles sont les pistes d'intégration de ces éléments ? Le milieu professionnel des services de proximité repose essentiellement sur le tissu associatif. Quelle professionnalisation peut se développer et comment intégrer la composante mobilité ? Quels sont les leviers sur l'emploi ?

Dans un contexte de mutation des villes, comment articuler et réguler les contradictions émergentes entre les différents types de réseaux de services nécessaires à leur fonctionnement, dans une approche globale et systémique ?

Comment articuler les valeurs et exigences de service public et celles de services à la personne ? L'évolution des modes de vie citadins basés sur une individualisation et une désynchronisation croissantes implique de définir des axes d'optimisation provenant d'une fusion des champs distincts et potentiellement convergents des services de proximité, des prestations marchandes de la vie quotidienne, et de l'organisation de l'environnement des transports.

L'enveloppe générale des villes est arrivée à un degré de maturité avancé où les grands enjeux spatiaux cèdent le pas à la reconstruction de la ville sur la ville, et plus encore à la mise en œuvre de solutions nouvelles pour mieux organiser et mieux maîtriser les activités et la vie en ville en général. La composante dynamique, la mobilité, est devenue une donnée stratégique, voire prépondérante, nécessitant de formuler des pistes d'amélioration de l'intelligence collective du système urbain.

## UN SUPPORT PHYSIQUE DE PARTENARIAT

Un élément physique émergent d'intégration des pratiques de service et de mobilité est la **monétique-billetique** à travers le support innovant qu'est le porte-monnaie électronique permettant de superposer différents champs de l'organisation des activités de la vie quotidienne.

Reste à apprécier et mesurer l'importance du phénomène, la capacité de diffusion de la pratique nouvelle, la mise en évidence de seuils à partir desquels des changements significatifs peuvent affecter le fonctionnement des sociétés urbaines.

L'expérimentation se déroulant à Tours depuis l'été 1999 sous le nom de *Monéo* associant sept banques (*BNP, Crédit Agricole, Crédit Lyonnais, Banques Populaires, Crédit Mutuel, CIC, CCI*) permet de tester la cohabitation d'un système de paiement traditionnel et d'une fonction porte-monnaie sur une même carte à puce.

Quel est le statut véritable du porte-monnaie électronique que l'on associe à un titre de transport ou que l'on couple à une carte bancaire ? Quelle sera l'évolution du système au regard de sa souplesse d'utilisation ?

Même si les paiements par carte représentent à peine 1% en valeur de l'ensemble des paiements, pour 21,6 % en nombre d'opérations, le sujet mérite d'être cité pour au moins deux motifs :

- une raison structurelle : le passage à la monnaie unique verra dans le porte-monnaie électronique une opportunité de fuir les exercices de conversion en apportant une réponse immédiate,
- une raison conjoncturelle : la grève des convoyeurs de fonds en mai 2000, a permis de rappeler le rôle et les enjeux d'utilisation de ce mode de paiement.

L'exploitant des transports urbains tourangeau *Fil Bleu* a inauguré la monétique à bord de ses 220 autobus, permettant à la fois de payer

son ticket avec la carte *Monéo* et de délivrer des tickets personnalisés à l'unité qu'il n'est plus besoin d'oblitérer car ils comportent des informations telles que la date, la ligne et l'heure de fin de validité.

A l'occasion de la mise en œuvre de la monétique, *Fil Bleu* a également inauguré deux autres innovations : chaque soir les données de trafic, de recettes, liées à chaque bus sont télédéchargées vers un ordinateur lors du retour des bus au dépôt ; les conducteurs versent leurs recettes dans des machines d'encaissement automatiques.

La mise en place de la monétique à bord des bus n'est qu'une première étape d'un projet plus vaste, et très prochainement seront mises en place des cartes à puce sans contact pour les clients abonnés et ceux utilisant des carnets de tickets.

En Suisse et aux Pays-Bas, *la Poste* est un partenaire important d'opérations d'auto-partage. En Suisse, *la Poste* offre une carte de paiement électronique pour l'accès à de nombreux services. A Martigny (Suisse 14 000 habitants et 5 000 véhicules) une opération de test de 30 voitures en libre-service, appelée *CityCar* bénéficie du soutien des *Cars postaux*, filiale de la *Poste suisse* et spécialisée dans le transport de passagers, qui exploitera le système. L'accès au véhicule se fait directement par une carte de la *Poste PostCard*. Le suivi de la flotte est assuré par localisation GPS. Dans une ville de cette taille, on estime qu'il faudrait 200 à 250 véhicules pour que chacun soit sûr de trouver une voiture n'importe où et à n'importe quel moment, soit 5% environ du parc privé.



# VERS UNE POLITIQUE DE SERVICE

## UN MOTIF PAR DEPLACEMENT ET UN USAGE PAR SERVICE

Les situations de service correspondent à des types d'usage. Lorsqu'il s'agit de participation, les caractéristiques de la situation de service l'emportent sur celles du consommateur. Par exemple, la même conductrice peut être très favorable à la distribution de l'essence en libre-service lorsqu'elle porte un *jean* et souhaiter une station-service traditionnelle lorsqu'elle est habillée pour une soirée ou lorsque son bébé est dans la voiture parce qu'elle ne veut pas le laisser sans surveillance.

Il faut prendre en compte le champ et la durée du service par rapport au client, ainsi que la fréquence du service. Les services à forte fréquence ou à durée longue créent des opportunités d'accroissement de la participation du client. Si ces services ont un champ large, la participation devient difficile à gérer. On peut s'attendre en effet à une grande diversité de comportements, tant chez le client que chez le personnel en contact.

La vision très coopérative de l'auto-partage développée en Allemagne ou en Suisse, exploite les valeurs d'engagement volontaire dans une démarche où chacun est acteur du système, et donc a un rôle à jouer dans le maintien de l'offre à qualité constante.

Il semble peu probable de pouvoir compter sur ces vertus en France, où les utilisateurs d'une solution d'auto-partage ne se comportent qu'en client exigeant, soucieux de récupérer une voiture qui aura été nettoyée par un tiers.



Trois caractéristiques ont un impact sur la **participation** : la fidélité, le taux d'utilisation, et l'attitude par rapport à l'innovation de ce service.

Une étude de la **fidélité** dans les chaînes hôtelières françaises fait apparaître trois groupes distincts :

- 31% en moyenne de clients mono-fidèles,
- 48% de clients multi-fidèles,
- 21% de clients indifférents.

Le premier groupe a des potentialités de participation considérables, le dernier devra sortir de son état d'indifférence pour participer avec réticence. Les multi-fidèles sont les plus difficiles car ils compareront immédiatement avec la pratiques de ses autres enseignes préférées.

- Le **taux d'utilisation** d'un service a un fort impact sur la participation. Les utilisateurs occasionnels se prêtent mal à un développement de leur participation car le droit d'entrée à payer en terme d'apprentissage n'est pas rentabilisé si le taux d'usage est trop faible.

Le gros utilisateur a une bonne connaissance du système de services, et il est donc très réceptif à un accroissement de sa participation à la réalisa-

tion de la prestation. Une condition doit toutefois être remplie : l'entreprise doit le sortir de l'anonymat et reconnaître son "professionnalisme" en tant que producteur de service.

- L'**attitude** du consommateur par rapport au **changement**, à l'**innovation**, a un impact sur la participation. Les consommateurs de services ayant un profil d'innovateur, acceptent beaucoup plus rapidement que d'autres de nouveaux services marchands. Une étude des services liés à l'automobile a mis en évidence une attitude ambiguë de ce groupe par rapport à la participation. S'ils sont plus favorables que la moyenne des consommateurs à certaines formes de participation ils sont très en retrait sur d'autres. Ainsi, dans le lancement d'un nouveau service, il faut être très attentif à préciser et à tester le contenu de la participation attendue du client.

La motivation à la base de la participation active ne se réduit pas à un gain d'argent. Le temps passé et le sentiment de contrôle de la situation sont des éléments stratégiques de l'acceptation d'un service par des consommateurs actifs.

## LE CONCEPT DE SERVICE GLOBAL

Tout le concept d'offre de services repose sur la constatation, à la limite triviale, que toute entreprise de services ne propose pas un mais des services à la clientèle. Cette offre est constituée d'un **service de base** et un ensemble de **services périphériques**.

Le service de base correspond à la raison principale pour laquelle le client s'adresse à l'entreprise de services ; c'est celui qui va satisfaire le besoin principal du client.

Dans un système donné, certains services périphériques sont considérés comme nécessaires et obligatoires par l'entreprise pour accéder au service de base principal, d'autres ne le sont pas.

L'ensemble des services élémentaires, base et périphériques, ne sont pas des entités juxtaposées,



sans relation entre elles ; chacun d'eux est relié à tous les autres. Les éléments du système sont formés par chaque service élémentaire et son fonctionnement ; chaque élément est relié à tous les autres où le client est l'élément commun à tous ; comme tout système, l'offre fonctionne vers un objectif, un résultat qui est le service global.

Le service global correspond à un processus naturel d'intégration et de simplification dans l'esprit du client. Celui-ci dans une situation de service n'entre pas dans le détail de la satisfaction liée à chacun des services utilisés dans l'hôtel, à la banque, pendant le voyage en train. C'est un **indice de satisfaction global** et donc réducteur qui est exprimé. Il intègre l'ensemble des services dont il a bénéficié, sans entrer dans une évaluation individuelle de chacun d'entre eux.

Le premier problème à résoudre pour une entreprise de service est de répondre à la question : quel service de base, quels services périphériques ? Le véritable problème réside dans les services périphériques, le service de base principal ou dérivé étant relativement simple à identifier. Plus on augmente le nombre de services offerts, plus les risques de ne pas être excellent sur chacun d'eux est grand, et donc plus grand est le risque d'amoinrir la qualité du service global.

## CONCLUSION

L'ambition de cette recherche était plus d'ouvrir des voies de réflexions que de répondre précisément à des questions en apportant des solutions. Néanmoins, les résultats sont patents, et la masse des informations exploitables plus importante que prévue. Mais c'est l'alchimie de leur utilisation qui fera la preuve de l'efficacité de la démonstration, à suivre dans une expérimentation grandeur nature.

Nous vivons dans une société où la liberté individuelle est une valeur fondamentale. Il ne s'agit pas, par la recherche de partage de moyens, de prêcher pour une organisation de vie à dominante "collectiviste" ou sectaire...

Le libre-arbitre est une composante essentielle à préserver dans le fonctionnement qui sera mis au point. Cependant, à l'ère des méga-fusions de groupes multinationaux où les détenteurs des pouvoirs économiques de la mondialisation se sélectionnent en s'unifiant, qu'en est-il véritablement du libre choix ?

L'idée avancée dans cette recherche est de minimiser les contraintes d'organisation de la vie quotidienne en milieu urbain dense, en optimisant les dépenses liées au fonctionnement, et en maximisant les ressources épargnées par l'activation en commun d'un dispositif individuellement coûteux et sous-utilisé.

Le service de base est *l'habitation*, le service dérivé est la *voiture*, outil de mobilité privilégié et com-

ETUDIANTS, JEUNES DIPLÔMÉS, PASSIONNÉS D'AUTOMOBILE

Décrochez un job d'été dans l'un de nos 15 centres auto en Ile-de-France ! 078, 93, 77, 91, 94



Que faites-vous cet été ? Que diriez-vous de rejoindre le groupe Carrefour pour une expérience professionnelle enrichissante au sein de l'un de ses centres en IDF ? Plus de 50 jobs d'été sont à pourvoir en CDD de 1 ou 2 mois (juillet-août), sur une base hebdomadaire de 36 heures, soit :

- **Pour votre activité atelier** : après une formation opérationnelle à nos méthodes, vous assurerez des opérations de mécanique simple (vidange, pneumatiques...).
- **Pour votre activité magasin** : vous renseignerez les clients sur les produits en vente dans le magasin et sur les prestations adaptées à leurs véhicules. Vous assurerez également les mises en rayon et la gestion des stocks. Vous avez suivi ou suivrez une formation commerciale (bac + 2, CAPSEF...).

Plus une minute à perdre !!! Pour décrocher votre job, adressez vos dossiers de candidature au Service automobile Carrefour, Département Ressources Humaines, Case Postale 9001, Courcouronnes, 91109 Evry Cedex, ou par e-mail : Valere.Dulac@Carrefour.fr

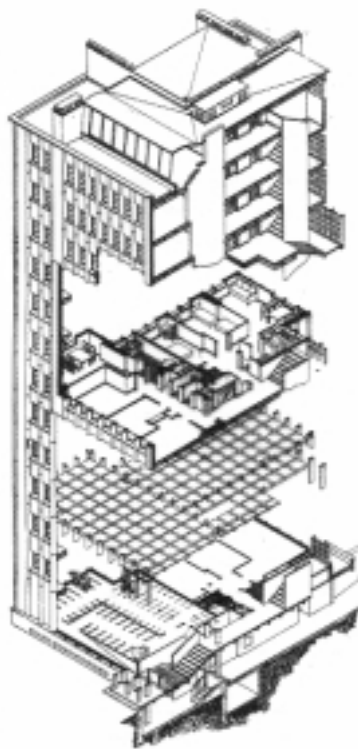
**SERVICE AUTOMOBILE**  
Carrefour

plémentaire avec les transports collectifs urbains, considérée comme service de proximité. Il serait dédié à un groupe d'utilisateurs (les co-résidents) pour des raisons de capacité et de disponibilité du système, et pour créer une attractivité par effet de "club".

La motivation d'un tel couplage provient de la recherche de synergies entre des offres distinctes, *automobilité* et *habitat*, mais pouvant être apparentées, *partagées*, visant à offrir un bilan positif pour la collectivité et un bénéfice individuel pour les opérateurs et les usagers qui pourront reporter les gains sur d'autres aspects de leur vie citadine.

L'approche concernant les étudiants montre l'écart entre l'hypothèse "bienveillante" et la disposition d'esprit peu réceptive au concept. Cela est en partie dû à l'effort d'imagination à fournir pour se mettre en situation d'utilisateur potentiel d'un tel service, ou (et) à l'appréciation peu innovante d'une telle proposition perçue *a priori* sans grande rupture avec l'existant. On peut imaginer qu'une offre réelle, grandeur nature, permettrait de mieux cerner l'impact sur la demande et de mieux mesurer les "effets".

Néanmoins, notre culture et notre mentalité spécifiques françaises comparativement à nos compatriotes européens nécessitent quelques prérequis pour dépasser des comportements inconsciemment trop cartésiens et rigides. Les effets de mode sont parfois des vecteurs faisant sauter des



verrous pouvant permettre à des phénomènes de se développer instantanément et durablement. Ils ont l'inconvénient d'être imprévisibles et incontrôlables.

Les récentes réflexions ou résultats d'études tablent sur une évolution des **comportements** comme condition de réalisation des scénarios des plans de déplacements urbains dans les grandes agglomérations françaises.

A l'occasion de l'assemblée des 20 ans du GART (groupement des autorités responsables de transport), une élue régionale de l'Est de la France reconnaissait l'utilité multi-service de l'automobile, en proposant de redéfinir un équilibre rompant avec le parcours d'obstacles organisé contre la voiture en ville. Il s'agit, selon elle, de traiter la tendance lourde correspondant à un choix de société sans diaboliser l'usage de la VP. Lors du colloque sur "*les déplacements d'avenir*" à Lyon en février 2000, l'accent a été mis sur l'enjeu de la modification des comportements comme facteur de changement des pratiques de mobilité. Le débat national conduit par *Georges Mercadal* a mis en évidence les changements de mentalité à l'œuvre. Il est constaté que la crainte des futures pollutions de l'air produit plus d'"effet" que celle de la congestion. Mais dans le meilleur des cas, nous n'en sommes qu'à une prise de conscience. Les comportements eux-mêmes ne changeront pas du jour au lendemain. On note une grande ouverture aux nouvelles

technologies et à ce qu'elles apporteront en matière de défense de l'environnement.

L'inflexion des comportements, condition *sine qua non* pour assurer un développement durable de nos villes, rejoint en matière de prospective l'analyse des rythmes du changement. L'automobile est un produit lourd sur lequel on peut agir selon le mode de la "greffe". Se pose une question dialectique entre nouveaux produits et nouveaux comportements, de manière d'autant plus accrue que la demande est émergente ou inexistante.

La problématique *automobilité et habitat partagés* concerne essentiellement le véhicule spécifiquement urbain, le *vsu*, voire périurbain. Le positionnement purement français par rapport à ce type de concept, est sous-tendu par un mythe-culte de la modernité très latin et une volonté de remplacement de l'humain par la machine. Une difficulté importante à résoudre est d'intégrer l'expression d'identité forte de la voiture qu'est son autonomie, au fonctionnement de l'offre.

Néanmoins, si l'on tente quelque "vision prospective", il est possible dans un contexte d'internationalisation croissante et de mondialisation des activités, de parier sur le développement d'opportunités professionnelles au sein des différents états européens amenant de plus en plus de familles à séjourner quelques années dans une capitale, puis successivement dans celle d'autres



pays de la Communauté. Ce type de circonstances définit d'ores et déjà une cible de migrants pouvant être preneur de ce type d'offre, même si elle se destine à terme essentiellement aux citadins stables. Cela amène à poser le problème d'emblée en terme de réseau de villes.

La montée en charge d'une telle offre repose sur la satisfaction progressive et phasée d'un certain nombre de **conditions** :

**- Dissociation entre usage et possession :**

Un certain nombre d'objectifs sont à hiérarchiser dans le temps. Cela passe dans un premier temps par une diminution de l'usage, puis par une inflexion de la bi-motorisation permettant en troisième lieu une substitution à la propriété simple.

Le besoin de posséder est une pulsion basique forte et il est à parier que les propriétaires de logement peuvent davantage se passer de posséder leur véhicule. Réciproquement il serait à vérifier que l'attachement à la possession d'une voiture est plus fort chez les locataires.

Quels sont les mécanismes d'arbitrage et de report ?

**- Banalisation de la voiture :**

Les conditions d'appropriation d'un système de voiture partagée, en libre-service comme *praxite-le*, montrent la mise en œuvre de vecteurs très forts : l'auto-radio, le chauffage, la propreté qui accompagnent dans la démarche et font rester dans le système. On voit se développer des comportements "citoyens" par le fait de recharger pour les autres ou de dénoncer si une voiture est sale... Néanmoins, on peut se demander si un véhicule urbain à usage partagé et "banal", ne

doit pas aller dans le sens d'un dépouillement et d'un aménagement intérieur épuré, résumé à un volant, des sièges, un indicateur de vitesse. Reconstituer la sphère domestique dans la voiture, en renforce l'aspect multifonction, et marque une contradiction entre un degré de sophistication trop fort et sa fonction réelle. Les gains de coût de fabrication peuvent être significatifs. D'ailleurs les résidences avec services sont conçues pour que l'on ne s'y sente pas tout à fait chez soi.

Il semble que la voiture soit en France un objet de moins en moins statutaire et de plus en plus le reflet d'un mode de vie, avec une démultiplication des fonctions dans l'usage. Les solutions de mobilité recourent à une combinatoire de solutions différenciées.



L'effet de taille de la ville où un tel système peut s'inscrire crée un seuil qui est à évaluer.

*L'automobilité partagée*, est un système identifié par un point initial, origine, fonctionnant en réseau avec d'autres centres. Dans ce fonctionnement, l'objet automobile s'efface au

profit de l'outil de mobilité, et devient "secondaire" par rapport à l'univers de choix qu'il autorise, au même titre que le téléphone portable n'est qu'un moyen d'accès au monde de la communication. La finalité est l'usage du système et non la possession des outils dont les rythmes d'évolution s'accroissent. D'où une tarification symbolique de ces moyens pour en dopper l'utilisation.

**- Partage de véhicules :**

La voiture n'est pas véritablement possédée collectivement, elle est gérée par un mandataire responsable servant d'intermédiaire et de filtre.

Possession et utilisation collective sont des notions exclusives.

**- Utilisation de l'automobile sous forme de service :**

Les prospectivistes de l'automobile prévoient une poursuite de l'augmentation du taux de motorisation des ménages français. Aux Etats-Unis l'équipement en automobile a dépassé bien des seuils de saturation prévus, et dépassé le palier d'un véhicule par permis de conduire. Il n'est pas impertinent d'imaginer atteindre une voiture par motif. Un mouvement de spécialisation des véhicules est amorcé : pour aller travailler, pour faire du sport, pour partir en week-end... Certains, par pure provocation, évoquent le 4x4 comme véhicule urbain. A la campagne, beaucoup de vieux véhicules sont utilisés pour le tri sélectif, le transport des déchets.

Un environnement "service", et multimodal est à créer autour de la voiture à partager pour l'inscrire dans une chaîne d'activités globale : intermodalité avec les transports collectifs, information en temps réel d'itinéraires, réservation de places de stationnement sur le lieu de destination,...

**- Développement de services liés au logement :**

Le contexte est différent selon que l'on considère une résidence locative ou en co-propriété. Stratégiquement, l'offre de services intégrés au logement représente une difficulté et un risque



pour le bailleur. De fait, le loyer est associé à l'ensemble des prestations. Un non paiement du loyer provoque à terme l'expulsion, le non paiement des services entraîne leur suspension. Les bailleurs peuvent invoquer le risque de report des dépenses du loyer vers les services ; en clair, certaines catégories de population seraient prêtes à consommer les services aux dépens du loyer. Cela représente un imbroglio juridique et financier lorsqu'il y a association des deux offres.

De plus, le système est opaque pour l'utilisateur, qui ne doit pas savoir que le bailleur y est engagé. L'autre type de risque est associé à la prescription où le bailleur perd de la neutralité. Offrir un bouquet de services représente un biais déontologique puisque certaines prestations doivent être sélectionnées. Est-il pensable de préconiser et proposer d'emblée Mac Do ou les 3 Suisses à ses locataires ?

Actuellement, les opérateurs n'ont pas la capacité de faire le pas, ni les compétences pour remédier aux déséquilibres possibles entre les services.

Une autre difficulté majeure est financière. Les services ne permettent pas d'améliorer la rentabilité locative. La tendance à la globalisation risque d'accroître la perte de ressources pour la bailleur qui assure le portage du système. Sa mise en place nécessite d'élaborer un dispositif de

caution, de garantie, complexe à monter.

La mise en œuvre de cette offre concerne beaucoup plus le parc en propriété, que le logement locatif social.

Le développement d'un tel système nécessite d'associer une initiative extérieure pour qui ces idées ont une légitimité. Face à cette *hybridation*, la difficulté est de trouver l'opérateur, qui fera fonction d'*assembleur*. Cet assemblage complexe implique d'établir des accords spécifiques avec des partenaires multiples où chacun porte un petit risque financier.

La motivation des habitants de résidences avec services est la sécurité et la convivialité pouvant y régner. A retenir que le développement du concept de service de proximité est basé sur la co-production. L'offre de services pluriels passe par une médiation associative, capable de créer une relation de confiance. Cette offre est centralisée par une plate-forme de services avec un choix de prestations modulables et électives.

#### - Intégration du service d'automobilité à l'habitat :

Le système est à associer au logement ou à un quartier, en boucle ou non.

Les démarches récentes, comme celle de la smart, tendent à reconstituer un environnement global à la voiture, en puisant dans les ressources du vocabulaire domestique et en déclinant une gamme d'objets familiers autour du véhicule.

Cela a pour objectif une facilité d'appropriation du concept "révolutionnaire" parce qu'il est entouré d'objets acceptés ayant une vie antérieure. Ce qui est important n'est pas tant les accessoires que la pensée large. Les artifices accompagnant la voiture sont là pour que l'objet ait une histoire où la notion de temps ne

prouve plus rien. Cette déclinaison permet d'exporter une idée sous plusieurs formes en évocant l'objet final. Pour que le concept ait une validité, il lui faut marquer son existence en renvoyant au temps.

La voiture comme instrument "électrodomestique" part de l'idée que dans bon nombre de pays européens, les logements sont dotés de manière permanente d'équipements "ordinaires" (réfrigérateurs, chauffages, fours et plaques chauffantes...) que l'on laisse sur place.

L'idée est qu'une voiture doit pouvoir être commandée aussi facilement que d'autres services (ménage, baby sitting ...), avec une contrainte d'organisation minimale pour l'utilisateur, et où une réponse positive est garantie par un moyen de substitution éventuellement. Maximisation des utilités et minimisation des contraintes.

#### - Evolution des comportements :

Le niveau à atteindre est celui de considérer la mobilité urbaine comme un service de proximité. Le rapport à la voiture s'en trouve

modifié, puisqu'elle n'est qu'un élément d'une panoplie de solutions intermodales. La question centrale est celle de l'incitation et de la motivation pour utiliser un tel système. Les économies générées par le recours à l'auto-partage ont été démontrées. Cependant, le fait de montrer ce que l'on gagne est insuffisant ; il faut également montrer comment on peut dépenser, c'est-à-dire que l'offre financière est partie

intégrante de la démarche. On peut imaginer l'adhésion à une offre *habitat-automobilité* renforcée par l'octroi d'un portefeuille d'actions ou l'obtention de chèques-vacances par réaffectation des ressources...

Le report modal s'accompagne d'un report des dépenses.



La construction d'une offre conjointe dont la légitimité repose sur un contexte d'élasticité de la demande, de valorisation des univers de choix, de maximisation et d'intégration d'utilités dans une même tâche, passe par une phase d'**expérimentation** qui permettrait d'affiner et mettre en œuvre le concept pour définir des axes de développement du "produit". De plus, il est clairement reconnu que les expérimentations font évoluer les mentalités de par leur caractère démonstratif et pédagogique.

Il s'agit de repérer un bassin réceptif à ce type de test qui pourrait s'effectuer selon deux modalités :

- Développer **en aval** une offre d'auto-partage au sein d'un groupe d'habitations d'envergure (au moins 500 logements et 1 500 habitants) rassemblant co-propriété et gestion locative pour évaluer les rapports entre mode d'occupation et pratique automobile. Cette approche permettrait de développer un environnement service directement lié à l'habitat et d'y annexer une panoplie d'autres offres de services de proximité à combiner. La programmation et la pertinence de cette combinaison seront à construire et évaluer avec les acteurs.

- Monter **en amont** un partenariat entre un opérateur immobilier (promoteur) et un exploitant de systèmes de transport, un acteur des services de proximité pour expérimenter une offre conjointe grande nature. Les grands Groupes multi-services comme la *Caisse des dépôts développement*, ayant à la fois des activités de gestion et de construction immobilières mais aussi un savoir-faire d'exploitant de réseaux de transport et d'acteur de la ville, pourraient être des interlocuteurs privilégiés.

Egalement, des constructeurs automobiles ou des exploitants de transport possédant des filiales immobilières pourraient être intéressés par l'internalisation du concept (*Renault, la RATP,...*).



## REMERCIEMENTS

Un vif remerciement pour les réactions,  
les informations, et avis, des personnalités rencontrées dans le cadre de cette recherche :

Patrick Bertholon, Renault s.a.  
Philippe Dehan, architecte, consultant pour le PUCA  
Gabriel Dupuy, professeur à l'ENPC et Paris X Nanterre  
Simone Feitler, direction de la recherche, Renault s.a.  
Jacques Frenais, co-responsable du programme stationnement résidentiel, PUCA  
Annie Guédez, professeur de sociologie, université de Poitiers  
Philippe Lanneau, info-graphiste, agence d'urbanisme de l'agglomération de Tours  
Thibault de Malézieux, manager Paris ouest, Hyman distribution, Smart  
Marie-Hélène Massot, directrice d'études, INRETS  
Jean Maussion, architecte à Tours  
Loïc Mignotte, Caisse Commune  
Michel Muffat, DRAST-PREDIT  
Jean-Pierre Orfeuill, professeur à l'université Paris XII Créteil  
André Peny, DRAST-PREDIT  
Michel Platzter, Générale de Projet, Caisse des dépôts  
Philippe Rozier-Chabert, co-responsable du programme stationnement résidentiel, PUCA  
Jean-Pierre Schaefer, holding recherche, SCIC s.a.  
Jean-Claude Szaleniec, directeur commercial et marketing, CAPRI résidences,  
Groupe Caisse des dépôts

## SOURCES BIBLIOGRAPHIQUES PRINCIPALEMENT UTILISÉES :

- Jean-Claude Driant et alii, Habitat et villes : l'avenir en jeu, PCA, ed. l'Harmattan, 1992.
- PREDIT1996-2000, Déplacements et innovations, 25 expériences + ou – réussies, co-ed. Semaly, CERTU, LET, 1998.
- Groupe de réflexion sur l'automobile urbaine, automobiles pour la ville à l'horizon 2010, ed. presses ENPC, 1998.
- Groupe permanent de réflexion sur les véhicules automobiles du futur, l'automobile et les nouveaux acteurs, compte-rendu de la réunion du 10 décembre 1999.
- Marie-Hélène Massot, les services de voiture partagée : pratiques actuelles et mise en perspective, l'avenir des déplacements dans la ville, onzième entretien Jacques Cartier, Lyon 7-9 décembre 1998.
- Marie-Hélène Massot, Bruno Monjaret, Yvette Orengo, l'expérimentation de praxitèle à Saint-Quentin en Yvelines, principaux résultats des six premiers mois d'expérimentation, rapport DART n°39-97, décembre 1998.
- Enjeux les Echos, automobile, la révolution du service, n°140 octobre 1998.
- CERTU/CETE Nord Picardie, Nouvelles gestions de l'automobile urbaine, partenariat avec le transport public, 1999.
- Daniel Faudry, Paul Cardiles, véhicules individuels publics et auto-partage, CNRS/PIR-Villes, Renault, 1997.
- INRETS, INRIA, les systèmes de voitures à usage partagé : libre-service, multipropriété, car pool, Actes n°61, 1997.
- Conseil d'analyse économique, emplois de proximité, ed. la documentation Française, 1998.
- Jean-Louis Laville et alii, les services de proximité en Europe, ed. Syros, 1993.
- Pierre Eiglier, Eric Langeard, servuction, le marketing des services, ed. Ediscience, 1993.

ANNEXE

**AUTOMOBILITÉ  
DES ÉTUDIANTS  
QUESTIONNAIRE  
SUR LE LIEU  
DE RÉSIDENCE**

*Les réponses sont anonymes*

**CYCLE :**

**SITE :**

## **1 – LE LOGEMENT**

### **1.1 - Quel est votre type de logement ?**

a/ Individuel ou b/ Collectif  c/ Public (HLM, CROUS) ou d/ Privé

**1.2 - Combien de pièces comporte-t-il ?**.....

**1.3 - Combien de personnes vivent dans votre logement (vous compris)** .....

### **1.4 - Qu'est-ce qui a orienté préférentiellement le choix du logement (3 réponses maxi) ?**

a/ Loyer  b/ Proximité faculté  c/ Proximité centre-ville  d/ Facilité transport en commun   
e/ Possibilité de stationnement  f/ Agrément du quartier

### **1.5 - Quel est votre loyer ?**

a/ Moins de 1.000F  b/ De 1.000 à 2.000F  c/ De 2.000 à 3.000F  d/ Plus de 3.000

**1.6 - Bénéficiez-vous d'une aide financière pour votre logement ?** a/ oui  b/ non

**1.7 - Si oui, laquelle ?**.....

### **1.8 - Où habitez-vous quand vous étiez au lycée ?**

a/ Chez les parents  b/ A l'internat  c/ Autre

## **2 – FAMILLE**

**2.1 - Faites-vous partie d'une famille nombreuse ?** a/ ou  b/ non

**2.2 - Combien de frères et sœurs avez-vous ?**.....

**2.3 - Rentrez-vous régulièrement chez vos parents ?** a/ oui  b/ non

**2.4 - Si oui, précisez le lieu :**.....

## **3 – EMPLOI – STAGES**

**3.1 - Avez-vous un emploi ?** a/ oui  b/ non

**3.2 - Si oui dans quelle commune ?**.....

### **3.3 - Si oui, comment y allez-vous ?**

a/ Voiture conducteur  b/ Voiture passager  c/ Transport Collectif  d/ A pied  e/ Vélo

**3.4 - Avez-vous fait récemment des stages ou en avez-vous dans l'année ?** a/ oui  b/ non

**3.5 - Si oui dans quelle commune ?**.....

### **3.6 - Si oui, comment y allez-vous ?**

a/ Voiture conducteur  b/ Voiture passager  c/ Transport Collectif  d/ A pied  e/ Vélo

## **4 – MODES DE TRANSPORT**

### **4.1 - Utilisez-vous une voiture ?**

a/ Tous les jours  b/ Plusieurs fois par semaine  c/ Le week-end  d/ Rarement   
e/ Jamais

**4.2 - Disposez-vous d'un vélo ?** a/ oui  b/ non

## **5 – RELATIONS SOCIALES**

**Quelles sont les deux phrases qui vous correspondent le mieux ?**

**a/ J'ai toujours besoin d'être avec du monde, de tout partager.**

**b/ J'ai toujours préféré le tennis au football ou au volley.**

**c/ J'ai des amis mais j'apprécie la solitude.**

**d/ Dés que je suis seul, je déprime.**

**e/ Je préfère généralement les sorties programmées plutôt qu'improvisées.**



## 6 - POUR LES UTILISATEURS DE VOITURE

### 6.A - QUI POSSÈDE LA VOITURE ?

a/ Vous  b/ Les parents  c/ Frère ou sœur  d/ Co-résident  e/ Autre

### 6.B – QUELLE VOITURE ?

6.B.1 - Quel est l'âge du véhicule ?.....

6.B.2 - Diesel a/ oui  b/ non

6.B.3 - Quel modèle ?.....

6.B.4 - Quelle est sa puissance ?.....

### 6.C - Quelle utilisation a déclenché le recours à la voiture ?

Faculté  Loisirs  Retours week-end  Travail/stages  Autre.....

### 6.D – LES COÛTS

#### 6.D.1 - Qui paye l'essence ?

a/ Vous  b/ Les parents  c/ Frère ou sœur  d/ Co-résidents  e/ Autre

#### 6.D.2 - Qui paye les autres dépenses ?

a/ Vous  b/ Les parents  c/ Frère ou sœur  d/ Co-résidents  e/ Autre

#### 6.D.3 - Combien dépensez-vous personnellement par mois pour la voiture (hors stationnement) ?

a/ Moins de 100F  b/ De 100 à 300F  c/ De 300 à 500F

d/ De 500 à 1.000F  e/ Plus de 1.000F

### 6.E – LE STATIONNEMENT

#### 6.E.1 - Avez-vous une place de stationnement réservée sur votre lieu de résidence ?

a/ oui  b/ non

#### 6.E.2 - L'utilisez-vous ?

a/ oui  b/ non

#### 6.E.3 - Sinon qui l'utilise ?.....

#### 6.E.4 - Sinon où vous gardez-vous habituellement ?

Le jour ?.....La nuit ?.....

#### 6.E.5 - Combien de temps mettez-vous de votre domicile à votre lieu de stationnement habituel ?.....

#### 6.E.6 - Payez-vous le stationnement de votre véhicule ?

Le jour ?..... La nuit ?.....

#### 6.E.7 - A combien cela vous revient-il quotidiennement ?.....

#### 6.E.8 - Avez-vous des difficultés de stationnement à la faculté ?

a/ oui  b/ non

#### 6.E.9 - Accepteriez-vous de payer le stationnement à la fac ?

a/ oui  b/ non  c/ déjà le cas

#### 6.E.10 - Vous arrive-t-il de ne pas utiliser votre voiture par crainte de ne pas retrouver de place ?

a/ oui  b/ non

#### 6.E.11 - Vous arrive-t-il d'utiliser votre voiture afin d'éviter de rester stationner au même endroit ?

a/ oui  b/ non

#### 6.E.12 - Si oui :

a/ la semaine  b/ le week-end

#### 6.E.13 - Motif :

a/ durée  b/ coût  c/ sécurité

#### 6.E.14 - Si votre logement était plus cher, sacrifieriez-vous la voiture ?

a/ oui  b/ non

#### 6.E.15 - Imaginez-vous ne pas posséder de voiture ?

a/ oui  b/ non

## 7 - POUR LES NON-UTILISATEURS DE VOITURE

7.A - SI VOUS NE POSSÉDEZ PAS DE VOITURE, POUR QUELLE RAISON ?.....

7.B - AVEZ-VOUS UNE PLACE DE STATIONNEMENT RÉSERVÉE SUR VOTRE LIEU DE RÉSIDENCE ?

a/ oui  b/ non

7.C - Si oui, qui l'utilise ?.....

7.D - Si votre logement était moins cher, achèteriez-vous rapidement une voiture ?

a/ oui  b/ non

7.E - Imaginez-vous avoir une voiture ?

a/ oui  b/ non

## 8 - COMMENT VOUS DÉPLACEZ-VOUS ?

8.1 - POUR ALLER À LA FAC :

a/ Voiture  b/ Transport Collectif  c/ A pied  d/ Vélo

8.2 - Pour vos loisirs :

a/ Voiture  b/ Transport Collectif  c/ A pied  d/ Vélo

8.3 - Pour rentrer le week-end :

a/ Voiture  b/ Transport Collectif  c/ A pied  d/ Vélo

9 - PRATIQUEZ-VOUS LE COVOITURAGE (VOUS GROUPEZ-VOUS EN VOITURE) ?

9.1 - Pour aller à la fac :

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

9.2 - Pour vos loisirs :

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

9.3 - Pour rentrer le week-end :

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

9.4 - Pour les périodes de vacances :

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

## 10 – VISITEURS

10.1 - Combien de visiteurs avez-vous en moyenne chaque semaine (hors habitants de la résidence) ?.....

10.2 - Vos visiteurs rencontrent-ils des difficultés particulières de stationnement ?

a/ oui  b/ non

10.3 - Quand ?.....

## 11 – RÉSIDENCE AVEC SERVICES

11.1 - Avez-vous choisi cette résidence pour les services qu'elle propose ?

a/ oui  b/ non

11.2 - Lesquels utilisez-vous ?.....

11.3 - Quels sont ceux que vous n'utilisez pas ?.....

11.4 - Quels sont vos manques et attentes ?.....

## 12 - LOCATION DE VOITURES

**12.1 - Seriez-vous intéressé par un système de location courte durée de voiture (quelques heures à une journée) ?**

a/ oui  b/ non

**12.2 - Si oui, quand ?**

a/ Semaine  b/ WE  c/ Soirée  d/ Journée

**12.3 - Seriez-vous intéressé par l'investissement commun dans un véhicule ?**

a/ oui  b/ non

**12.4 - Seriez-vous prêt à utiliser une voiture mise à disposition dans la résidence moyennant finances ?**

oui  non  Remarques

.....

## 13 – RÉCEPTEUR DE SERVICES

**Utilisez-vous ?**

**13.1 - Un E-mail :**

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

**13.2 - Les services d'achats par correspondance :**

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

**13.3 - Les services de location de voitures :**

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

**13.4 - Les services de livraisons de repas à domicile :**

a/ Régulièrement  b/ Parfois  c/ Jamais

**13.5 – Quelles sont les deux phrases qui vous correspondent le mieux ?**

a/ Je me méfie un peu de ce que l'on appelle les avancées technologiques.

b/ J'ai rien contre les technologies nouvelles mais j'attends que les autres les essaient avant moi

c/ Je suis toujours intéressé par le changement

d/ DVD, Internet ou Monéo n'ont plus de secrets pour moi

## 14 – IMAGE DE LA VOITURE

**Pour vous, la voiture c'est avant tout :**

a/ Arbre à came, pistons, cardans, vilebrequins et huile de vidange

b/ Jantes alu, ronce de noyer, intérieur cuir et décapotable

c/ Un moyen pour aller d'un point A à un point B

d/ Une caisse toujours en panne, qui pollue, consomme trop et qui coûte une fortune tant pour la faire rouler que pour la garer

e/ Accélération, puissance, reprise et sensations

f/ Un wagon où s'entassent les copains pour aller faire la fête

Age :                      Sexe :

**Nous envisageons de revenir nous entretenir de façon plus informelle avec quelques personnes.**

**Seriez-vous intéressé ?**                      oui  non

**Si oui, à quel moment ?**.....

**Téléphone**.....

# QUESTIONNAIRE POUR ETUDIANTS HABITANT A PLUSIEURS

*Les réponses sont anonymes*

Cycle :

Site :

1. Depuis combien de temps habitez-vous à plusieurs ?
  2. Est-ce un choix délibéré ? Pourquoi ?
  3. Etes-vous déçu ?
  4. Quels sont les équipements que vous avez en commun (téléphone, douche, machine à laver, fer à repasser, frigo...) ?
  5. Quelles sont les tâches à gérer en commun (ménage, sortir les poubelles...) ?
  6. Qu'est-ce qui est mis en commun sur une base volontaire ?
  7. Quelles sont vos activités communes ? A l'intérieur du logement ? A l'extérieur ? Comment vous y rendez-vous ?
  8. Avez-vous chacun votre voiture ?
  9. Si vous y allez en voiture, prenez-vous un seul véhicule ?
  10. Si oui, comment répartissez-vous les frais ?
  11. Prenez-vous toujours le même véhicule ? Pourquoi ?
  12. Avez-vous déjà pensé à l'achat d'un véhicule à plusieurs ?
  13. Seriez-vous intéressé par une telle solution ?
  14. Quels avantages et inconvénients y voyez-vous ?
  15. Avez-vous pensé à la location d'un véhicule à plusieurs ?  
a/ oui       b/ non
- Pour des utilisations de courtes durées (quelques heures à une journée) ?**  
a/ oui       b/ non

**Si oui, pour quels motifs ?**.....

Age :

Sexe :

**Nous envisageons de revenir nous entretenir de façon plus informelle avec quelques personnes.**

**Seriez-vous intéressé ?**    oui     non

**Si oui, à quel moment ?**.....

**Téléphone**.....