

**Proposé de communication pour les
2^e Rencontres Francophones Transport Mobilité (RFTM)
Montréal, 11-13 juin 2019**

Titre : Les barrières à l'autopartage auprès de clients potentiels : une étude de cas sur Communauto, à Montréal.

Auteur (s) :

Elizabeth MAC DONALD, finissante à la maîtrise en études urbaines, UQAM,
mac_donald.elizabeth@courrier.uqam.ca

Florence PAULHIAC SCHERRER, professeure, UQAM, paulhiac.florence@uqam.ca

Mots-clés : Mobilité durable, barrières, autopartage

Résumé :

Objectif

Cette communication se trouve au cœur des enjeux qui seront discutés lors de la session thématique 5 intitulée *Mobilités partagées, mobilités collaboratives : pratiques, impacts et enjeux*. Issue des résultats d'une recherche qualitative, cette communication considère les barrières empêchant les ménages motorisés de se tourner vers les services d'autopartage comme alternative à la voiture individuelle. En examinant ainsi la résistance envers la mobilité partagée, cette communication offre un regard nouveau sur les défis entourant l'utilisation et la pénétration réelle de ces services de mobilité et propose une réflexion sur les solutions pouvant être déployées pour les surmonter.

Contexte et problématique

Depuis leur apparition en Europe à la fin des années 1980, les services d'autopartage ont connu une croissance spectaculaire et sont désormais présents dans la plupart des grandes villes du monde. Pour plusieurs, le développement de tels services est perçu comme étant positif – les pouvoirs publics y voyant effectivement un moyen efficace de lutter contre les nombreux maux associés à l'utilisation excessive de la voiture en ville. Plusieurs travaux académiques ont en effet démontré les nombreux avantages urbanistiques et environnementaux pouvant découler de l'utilisation de l'autopartage – comme la démotorisation des ménages, la réduction dans l'usage de la voiture, la croissance du recours à des modes de transport peu polluants, ainsi que la réduction de la congestion routière et de l'espace public dédié au stationnement.

Malgré les nombreux bénéfices qui lui sont attribués, les services d'autopartage demeurent toutefois confrontés à de nombreux défis – un des principaux étant notamment son taux d'utilisation. En effet, en dépit de sa récente croissance, l'autopartage demeure à ce jour sous-utilisé, souvent considéré comme un « service de niche » faisant à peine concurrence à la propriété automobile. En effet, la proportion d'autopartageurs demeure pour le moment largement inférieure à celle des propriétaires de voiture. Pourtant, pour permettre

la réalisation des bénéfices qui lui sont attribués, plusieurs auteurs soulignent la nécessité que l'autopartage se développe et soit utilisés de façon massive. Pour accroître l'utilisation de ce service, une question qui mérite notre attention est ainsi celle des barrières à l'adhésion et l'usage de l'autopartage auprès de clients potentiels.

Dans ce contexte, nous proposons d'analyser les barrières à l'autopartage auprès de clients potentiels, et ainsi offrir des réponses aux trois questions suivantes :

- Quelles sont les perceptions et les intentions des automobilistes à l'égard des services d'autopartage comme alternative à la voiture individuelle?
- Quelles sont les barrières empêchent actuellement les automobilistes d'adhérer et d'utiliser les services d'autopartage?
- Quels sont les incitatifs pouvant être déployés par les acteurs concernés pour encourager le recours aux services de mobilité partagée?

Méthodologie et résultats attendus

Cette communication se base sur les résultats tirés d'une recherche qualitative menée pendant l'été 2018 auprès de vingt-et-un ménages pouvant être considérés de clients potentiels à l'autopartage. Ces ménages sont composés de couples âgés de 25 à 45 ans, avec ou sans enfants, possédant une voiture et vivant dans le quartier de Rosemont-La Petite-Patrie, à Montréal. D'autres études se sont intéressées aux barrières à l'autopartage, mais souvent en parallèle à d'autres objectifs de recherche, comme l'identification des pratiques d'utilisation de ce service, ou à travers une analyse des freins à la consommation collaborative de manière plus générale (incluant par exemple le vélo-partage et l'outil-partage). De plus, aucune de ces recherches ne se penche exclusivement sur les non-usagers pouvant être qualifiés d'abonnés potentiels de l'autopartage. Cette recherche offre ainsi une perspective unique, car à notre connaissance, elle est la première et la seule à s'être spécifiquement penché sur la compréhension approfondie des barrières à l'autopartage auprès de personnes pouvant être qualifiées de clients potentiels.

L'approche qualitative sélectionnée dans le cadre de cette recherche nous a ainsi non seulement permis d'identifier les barrières à l'autopartage, mais surtout d'avoir une compréhension complète et approfondie de celles-ci. Ces barrières seront présentées dans le cadre de cette communication et permettront d'alimenter une riche réflexion sur les nombreux défis auxquels sont confrontés les services de mobilité partagés, mais également les transports durables de manière générale, comme alternative à la voiture individuelle. En présentant ainsi le point de vue des non-usagers, cette communication permettra d'autant plus de discuter des solutions potentielles pouvant être mis de l'avant par les divers acteurs responsables des politiques de transport pour encourager ces automobilistes à se tourner vers ces modes alternatifs.

Bibliographie

- Claudy, M. C., Garcia, R. et O'Driscoll, A. (2015). Consumer resistance to innovation—a behavioral reasoning perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(4), 528-544. doi : 10.1007/s11747-014-0399-0
- Hazée, S., Delcourt, C. et Van Vaerenbergh, Y. (2017). Burdens of Access: Understanding Customer Barriers and Barrier-Attenuating Practices in Access-Based Services. *Journal of Service Research*, 20(4), 441-456. doi : 10.1177/1094670517712877
- Lamberton, C. P. et Rose, R. L. (2012). When Is Ours Better Than Mine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing Systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125. doi : 10.1509/jm.10.0368
- Yau, A. et Mahn, A. (2015). Sharing Is Dubious, It Won'T Work! Exploring the Barriers Towards Collaborative Consumption of Free Floating Car Sharing. *ACR North American Advances*, NA-43. Récupéré de www.acrwebsite.org
<http://acrwebsite.org/volumes/1019992/volumes/v43/NA-43>