

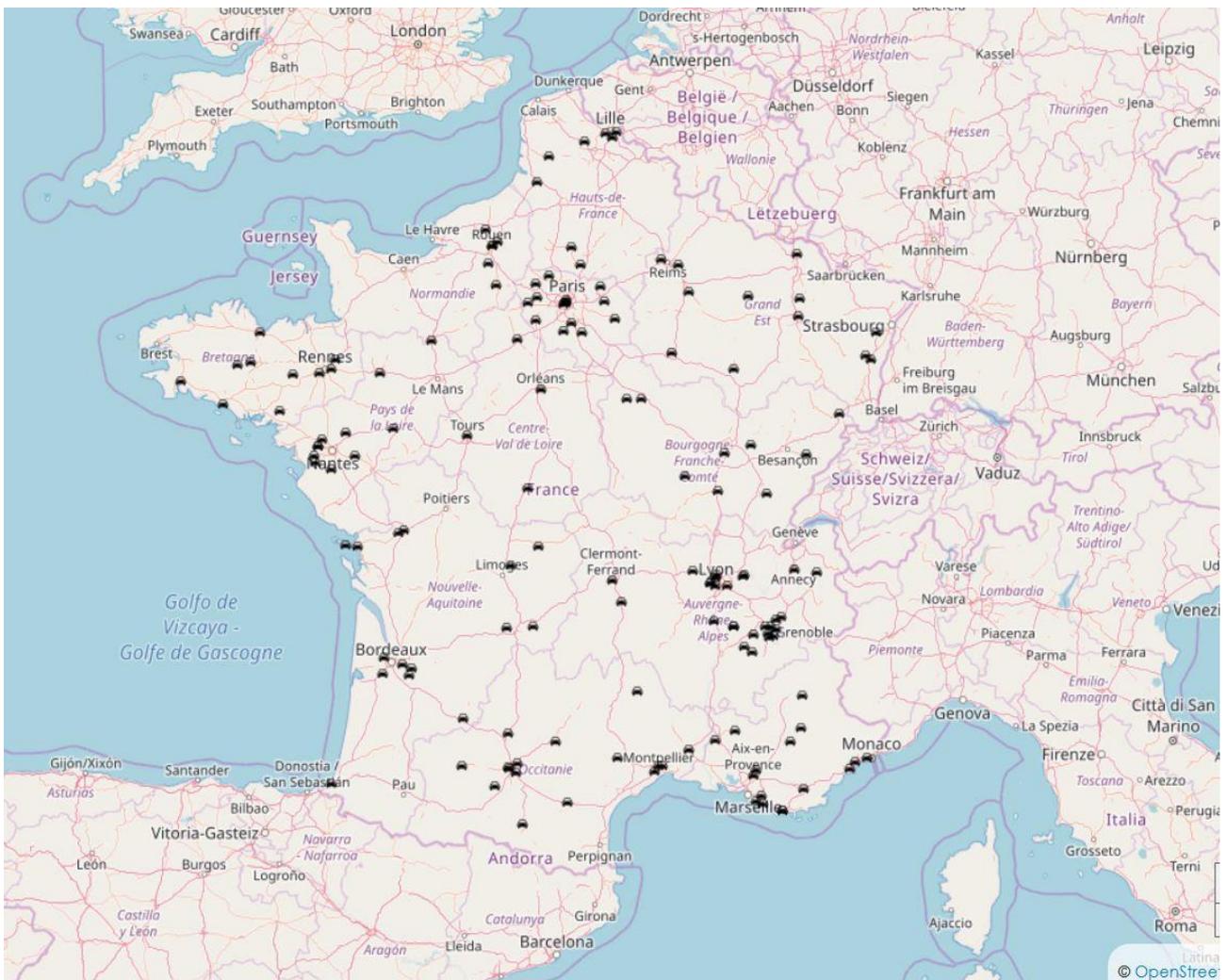


# Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional  
Fondo europeo di sviluppo regionale



## FICHES BONNES PRATIQUES EN MATIÈRE DE COVOITURAGE



En téléchargement disponible sur le site  
[www.auvergnerrhonealpes-ee.fr](http://www.auvergnerrhonealpes-ee.fr)



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Énergie Environnement

Avec le soutien financier de

**GRAND LYON**  
la métropole



# FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

## TITRE DE L'ACTION

FleetMe

## Localisation



## Budget, moyens humains

Une personne à mi-temps dans chaque réseau (à temps plein pendant la période de lancement)

## Maître d'ouvrage

Société FleetMe (privé), filiale de Cityway et de La Roue Verte

## Partenaires

Collectivités territoriales et opérateurs de transports en commun

## Date de mise en place

2016

## CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

FleetMe met en relation les conducteurs et les passagers allant dans la même direction à la même heure. Il fonctionne sous forme de lignes de covoiturage, fonctionnelles à certains horaires.

FleetMe propose, en complément des lignes de transport public existantes, de nouvelles dessertes opérées par les covoitureurs. Des arrêts sont placés à intervalles réguliers sur les lignes et des horaires de fonctionnement sont établis en fonction du trafic routier.

Il n'y a aucun échange d'argent entre les covoitureurs. Le passager achète son ticket au préalable sur l'application, au prix du réseau de transports en commun. Les tickets peuvent s'acheter par 10 et revenir ainsi moins chers à l'unité. Le conducteur doit signaler le départ et la fin de son trajet sur l'application, ce qui permettra de l'indemniser. Même si aucun passager ne monte, il reçoit (par virement) 0,50€ par trajet, auxquels il faut ajouter la même somme (0,50€) pour chaque passager transporté. Lorsque le passager monte à bord du véhicule, il doit flasher le QR code du conducteur pour valider le trajet. A chaque demande de réservation par un passager, le conducteur reçoit un sms l'en informant, qu'il doit ensuite valider ou refuser (le refus trop fréquent entraînant la perte de l'indemnisation à vide).

## FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

## TYPE DE COVOITURAGE

- Domicile-travail
- Études
- Tourisme

## DISTANCE

- Courte distance
- Longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : 10-30 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

FleetMe est intégré au réseau de transports public du territoire dans lequel il est déployé. Il fonctionne par lignes de covoiturages, en complémentarité avec celles existantes du réseau de transports public. Chaque ligne comporte des arrêts communs avec les transports en commun (bus, tramway...) et des parkings-relais qui permettent l'intermodalité du service.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le site internet [FleetMe.fr](http://FleetMe.fr) présente la démarche et le fonctionnement du service. Il est davantage destiné aux collectivités ou aux opérateurs de transports qui souhaiteraient développer le service sur leur territoire. Pour les utilisateurs du service, chaque ville d'expérimentation (Auxerre, Avignon et Grenoble) a son propre site internet ([FleetMe Auxerre](#), [Popcar](#) et [TAG&Car](#)) qui permet l'inscription, la présentation et la gestion du service.

Mais l'essentiel de l'utilisation du service se fait par l'application mobile. La version conducteur de l'application permet de valider les demandes de réservation, de modifier le calendrier et les horaires de trajets, de voir en temps réel les voyageurs en attente, de gérer les indemnisations et de noter les passagers. L'application version passager permet de faire une réservation, de planifier un voyage, d'acheter un titre de transport, de suivre en temps réel les véhicules sur la ligne de covoiturage et de noter les conducteurs.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN OEUVRE

- Dédommagement en roulant à vide (mesure incitative pour les conducteurs)
- Site internet actif et attractif et présence sur les réseaux sociaux : Popcar est très actif sur sa page Facebook, FleetMe Auxerre est présent sur Facebook, mais moins actif et Tag&Car n'a pas de réseau social spécifique au covoiturage, il renvoie vers les réseaux sociaux du réseau TAG (transports en commun de l'agglomération)
- À Grenoble, TAG&Car offre un « Kit Conducteur » (sac en toile, housse de pare-soleil, sticker, support de téléphone, chargeur USB allume-cigare) aux conducteurs inscrits et validés.

## RÉSULTATS OBTENUS

Pour 100 visiteurs sur le site d'inscription, 44% sont validés comme conducteurs et 20% sont actifs quotidiennement. Le suivi et l'animation permettent au réseau d'Avignon d'évoluer régulièrement en fréquentation (environ 1 à 2 voyageurs par jour).

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Analyse préalable du territoire pour proposer des lignes cohérentes
- Intégration au réseau de transport public (tarification, support, correspondances)
- Communication claire et efficace sur les sites internet
- Conducteur assuré d'être dédommagé et de ne pas faire de détour
- Dédommagement plus important pour le transport des passagers
- Paiement en ligne sécurisé

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Manque de communication sur les réseaux sociaux pour Auxerre et Grenoble
- Risque que les conducteurs préfèrent faire les trajets à vide car ils sont dédommagés dans tous les cas, même si cette indemnisation a une limite au bout d'un certain nombre de refus
- Difficulté à fidéliser les passagers
- Manque de partenariats avec des entreprises ?
- Manque de flexibilité dans les trajets ?

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Cityway fait état des retours d'expériences de FleetMe.

## CONTACT

[info@cityway.fr](mailto:info@cityway.fr), [contact.fleetme@gmail.com](mailto:contact.fleetme@gmail.com), [popcar@transdev.com](mailto:popcar@transdev.com)

## SITE WEB

[fleetme.fr](http://fleetme.fr)



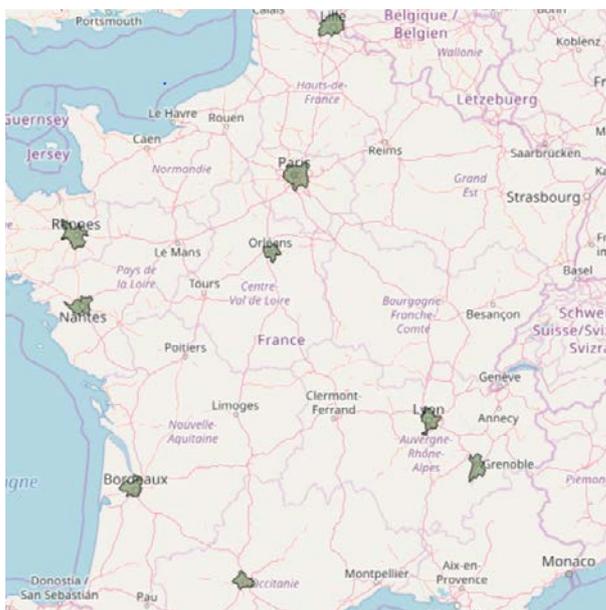


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Klaxit

### Localisation



### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Klaxit est une offre de covoiturage spécialisée dans les trajets de courte-distance et, plus spécifiquement, dans les trajets domicile-travail. Elle s'appuie sur un large réseau d'entreprises clientes et sur de nombreux partenariats avec des collectivités locales. Le coût des trajets pour les covoitureurs est calculé automatiquement par la société, selon le barème kilométrique défini par l'administration fiscale. Klaxit propose également aux collectivités de subventionner les trajets : dans 9 villes françaises (Lille, Paris, Rennes, Orléans, Nantes, Lyon, Grenoble, Bordeaux et Toulouse), le trajet est gratuit pour les détenteurs d'un Pass de transport public. Les passagers de ces villes peuvent enregistrer le Pass sur l'application, ce qui leur offre chaque jour la gratuité de 2 trajets. Les conducteurs sont quant à eux indemnisés de 0,10€ par kilomètre pour chaque passager par Klaxit.

### Budget, moyens humains

4 millions d'euros de fonds levés début 2018, subventions de collectivités locales  
Équipe commerciale et technique de 18 salariés (bientôt 28)

### Maître d'ouvrage

Société Klaxit (start-up)

### Partenaires

Plus de 100 entreprises clientes et de nombreuses collectivités locales

### Date de mise en place

2012 (sous le nom de Wayz-Up)

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : 25 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Klaxit s'utilise uniquement via l'application mobile. Celle-ci met en relation les covoitureurs de façon dynamique (alertes sur les départs possibles, optimisation des trajets et des points de rendez-vous, gestion du partage et chat). Le mode trajet permet de suivre en temps réel la position du covoitureur par géolocalisation.

Le site internet sert de vitrine de communication sur le service proposé, il n'est pas possible de s'y inscrire.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [service](#) de covoiturage Klaxit s'utilise uniquement via l'application mobile. Celle-ci met en relation les covoitureurs de façon dynamique (alertes sur les départs possibles, optimisation des trajets et des points de rendez-vous, gestion du partage et chat). Le mode trajet permet de suivre en temps réel la position du covoitureur par géolocalisation.

Le site internet sert de vitrine de communication sur le service proposé, il n'est pas possible de s'y inscrire.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN OEUVRE

- Klaxit est très présent sur internet et les réseaux sociaux. Son site internet, son blog et ses comptes Facebook, Twitter et LinkedIn sont très régulièrement mis à jour
- La société a de nombreux partenariats avec des entreprises, ce qui crée des hubs de mobilité propices au covoiturage
- Une offre clé-en-main est proposée aux entreprises (animation, conseil) et des réseaux de covoiturage inter-entreprises locaux se forment, qui inspirent confiance aux usagers. Klaxit participe également à des challenges de covoiturage inter-entreprises
- Pour inciter les potentiels passagers à pratiquer le covoiturage, la gratuité du trajet est proposée pour les détenteurs d'un Pass de transport public dans 9 villes.

## RÉSULTATS OBTENUS

Plus de 110 000 trajets sont proposés chaque jour. Depuis quelques mois, l'application reçoit 10% de trafic en plus par semaine. En moins d'un an, avec le rachat d'OpenCar et la conquête de nouvelles zones d'activité, la start-up est passée de 30 à 100 entreprises clientes, qui représentent plus de 700 sites en France. Un quart de ces entreprises font partie du CAC40 (Renault, Thalès, Crédit Agricole, Carrefour, BNP Paribas, Engie...). A Saint-Quentin-en-Yvelines, où une expérimentation a été lancée auprès de trois entreprises, le nombre d'inscrits a été multiplié par 10 par rapport aux solutions de covoiturage déjà présentes dans les entreprises. Il atteint en moyenne 15% du nombre de salariés. Parmi les inscrits, 8 sur 10 trouvent un covoitureur sur leur trajet et à leurs horaires.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Nombreux fonds financiers et partenariats avec des acteurs publics et privés importants (entreprises du CAC40)
- Accompagnement des entreprises, mise en place de stratégies personnalisées
- Création de cercles de confiance entre salariés
- Collaboration et cofinancement des trajets avec les autorités organisatrices des mobilités
- Bonne communication et présence sur les réseaux sociaux
- Géolocalisation (pendant le trajet seulement)

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Pas d'intermodalité prévue directement dans l'application
- Pas d'inscription ou d'utilisation du service possible sur le site internet

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

En février 2018, les fonds levés par les cinq industriels Sodexo, RATP, Maif, Via ID et Inco permettront à Klaxit d'évoluer. Le groupe RATP a par exemple pour projet de développer une offre multimodale qui intégrera à la fois le covoiturage et les transports en commun. La MAIF lancera quant à elle un produit d'assurance dédié à la plateforme. Ce financement va également permettre à Klaxit d'embaucher 10 personnes supplémentaires. Son objectif pour les deux prochaines années est de se déployer dans les 50 plus grosses agglomérations françaises, puis de se développer en Europe, en commençant par les pays frontaliers.

### CONTACT

[contact@klaxit.com](mailto:contact@klaxit.com)

### SITE WEB

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





## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

ECOSYST'M

### Localisation



### Budget, moyens humains

10 000€ pour le lancement, 3000€/an d'adhésion de la part de chaque Grand Partenaire

Bureau de 5 personnes, 2 membres d'honneur

### Maître d'ouvrage

Fédération ECOSYST'M (association autonome)

### Partenaires

Département de La Corrèze et SNCF Mobilités-TER (Grands Partenaires)  
Collectivités territoriales, entreprises...

### Date de mise en place

2014

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

L'association ECOSYST'M vise à soutenir les dynamiques locales en alliant covoiturage de proximité, espace de travail partagé et projets collectifs. Elle fonctionne sur un modèle d'économie circulaire associant les citoyens, les activités locales de proximité et les collectivités.

Après adhésion, un macaron à coller sur le pare-brise du véhicule est remis aux conducteurs, et un carnet de coupons kilométriques aux passagers. Aucun échange financier ne se fait à bord des véhicules, le système fonctionne avec la monnaie locale ECOSYST'M, constituée de fichets de 4 coupons qui font figurer de chacun 5km au recto et, au verso, la valeur en « Bons Énergie », soit 0,25€ pour un coupon de 5km. Les passagers versent à l'association une contribution de 0,06€ par kilomètre pour obtenir des coupons kilométriques/Bons Énergie et ils doivent rétribuer au conducteur au minimum un coupon de 5 kilomètres, même pour une distance parcourue inférieure. Les conducteurs peuvent ensuite échanger les Bons Énergie contre des produits et/ou services auprès des activités locales partenaires.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: < 25 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

L'association compte prochainement apporter aux citoyens l'information sur tous les modes de transport existants.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

ECOSYST'M n'a pas de plateforme virtuelle mais un « service humanisé ». Les offres et les demandes se font par téléphone ou par mail, 48h à l'avance, au bureau d'accueil de la Maison de Services Au Public (MSAP) à Ayen et au Point d'Information et de Médiation MultiServices (PIMMS) à Ambazac.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Animation du territoire d'action : démarche auprès des élus, des associations du 3<sup>ème</sup> âge, des commerçants, et des structures susceptibles de devenir des relais du système et organisation des journées ou des soirées d'inauguration du dispositif
- Flyers (explications sur le fonctionnement, liste des commerces partenaires et coordonnées/contact)
- Macarons sur les façades-vitrines des partenaires (pictogrammes spécifiques aux différents types de services)
- Communication par internet, les médias, les courriers d'information...

## RÉSULTATS OBTENUS

À Ayen, moins d'un an après son lancement, le service comptait 12 commerces locaux Partenaires de Proximité et 55 covoitureurs (sur 740 habitants), dont plus de 20% de plus de 80 ans. En 2016, le service s'est étendu aux 7 communes voisines et compte désormais 90 covoitureurs et 22 partenaires de proximité.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Étude d'opportunité au préalable et critères de sélection pour les communes
- Proximité avec les habitants
- Soutien de l'économie locale et implication de commerces de proximité
- Service adapté à une population âgée ou peu connectée
- Le covoiturage s'inscrit dans une démarche plus large de solidarité et d'économie circulaire par l'association
- L'association est associée à la plateforme de covoiturage de la SNCF (Grand Partenaire) IDVROOM qui complète l'offre de trajets, notamment pour les habitants qui sont connectés

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Système peu flexible (inscription nécessaire, monnaie locale, macarons...) mais sécurisant pour la population cible
- Pas de présence sur les réseaux sociaux ni d'inscription en ligne possible mais pas forcément nécessaire.

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

ECOSYST'M a contribué aux travaux de [The Shift Project](#) (association française qui vise à atténuer le changement climatique et la dépendance de l'économie aux énergies fossiles, elle réunit des acteurs importants de la mobilité tels que SNCF, VINCI, Thalys, EDF...). ECOSYST'M a également reçu la distinction du Comité 21 en juin 2016: « 21 solutions pour demain ». La commune d'Ayen a reçu de nombreux prix grâce à l'action de l'association, et, notamment en 2017, le 2ème prix des Maisons de Services au Public (remis par la Caisse des Dépôts) et le Trophée des réserves de Biosphère (remis par l'Unesco). Aujourd'hui, le service de covoiturage suscite l'intérêt de différents EPCI en Corrèze, en Savoie, en Haute-Savoie, dans le Gers, en Haute Vienne, en Charente, en Aveyron, et dans le département de la Loire Atlantique. Il pourrait donc s'y développer prochainement.

### CONTACT

[contact@ecosystm.fr](mailto:contact@ecosystm.fr)

### SITE WEB

[www.ecosystm.fr](http://www.ecosystm.fr)



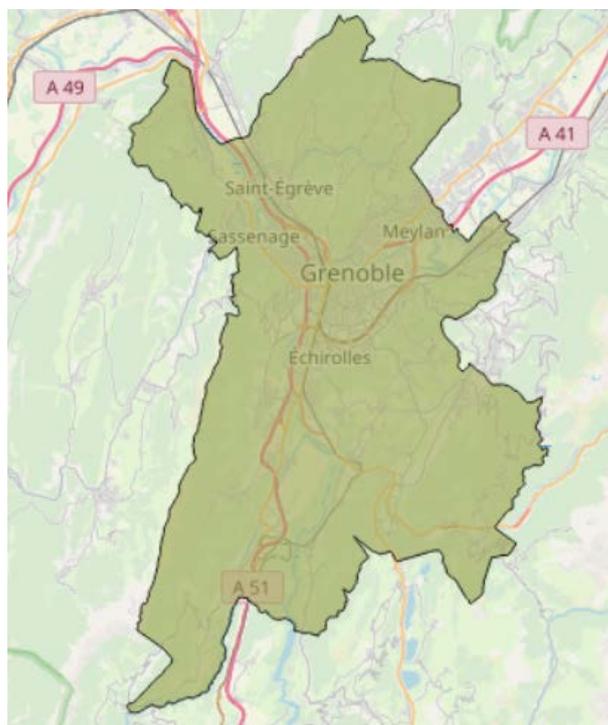


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

illicov

### Localisation



### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

illicov fonctionne par ligne à arrêts fixes et départs garantis sous 15 minutes. Une seule ligne de covoiturage est actuellement ouverte, entre Lans-en-Vercors et Seyssins. Sur cette ligne, le service est proposé du lundi au vendredi (hors jours fériés) de 6h45 à 9h00 et de 16h30 à 19h00. Le passager se rend à un arrêt de la ligne et met le brassard fourni par illicov. Il envoie ensuite « ici » par SMS au numéro illicov. Le conducteur doit quant à lui coller le sticker sur son pare-brise avant de démarrer, envoyer « go » par SMS au numéro illicov et passer par tous les arrêts de la ligne. Lorsque le passager monte dans le véhicule, il envoie par SMS l'identifiant conducteur, ce qui active le règlement des frais de participation. Le passager a le choix entre un ticket unitaire (3,90 euros), un carnet de 10 voyages (29,90 euros) et un pass mensuel (79 euros). Le conducteur est dédommagé de 1 euro par passager transporté.

### Budget, moyens humains

Budget non communiqué

13 salariés

### Maître d'ouvrage

La Roue Verte (privé)

### Partenaires

Prestataires professionnels du transport de personnes

### Date de mise en place

2017

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: < 30 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Le dernier arrêt de la ligne de covoiturage se trouve à un point multimodal de la ville de Grenoble, comportant une offre de tramway, de bus, de vélo et un parking relais qui permettent aux passagers de poursuivre jusqu'à leur destination finale.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

L'inscription au [service](#) se fait en ligne ou par téléphone. illicov fonctionne ensuite avec un téléphone portable classique, sans application mobile ni géolocalisation. Une assistance téléphonique est également disponible durant les horaires de fonctionnement du service.

Les arrêts illicov se trouvent sur des parkings existants et comportent des abris pour les passagers en attente d'un véhicule.

Illicov a des partenariats avec plusieurs prestataires professionnels du transport de personnes (société de taxi par exemple) qui permettent de pallier au manque éventuel de conducteurs.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Animateurs et affiches aux arrêts
- Communication via le site internet et la page Facebook
- Réductions ponctuelles des tarifs
- Tarifs plus intéressants pour les premiers inscrits

## RÉSULTATS OBTENUS

En juin 2017, 101 personnes ont participé à une expérimentation de trois semaines. Parmi elles, 98 % étaient favorables à la réouverture de la ligne et 55 % la jugeaient indispensable. Plus de 80 % des passagers ont déclaré qu'ils auraient utilisé leur voiture si l'expérimentation n'avait pas eu lieu. Le temps d'attente moyen pour un passager à un arrêt était alors de 4'45min le matin et de 7'32min le soir.

En octobre 2017, plus de 170 personnes étaient inscrites au service illicov.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Illicov utilise ses moyens disponibles pour garantir l'aller et le retour aux passagers (s'ils respectent toutes les conditions nécessaires)
- La première expérimentation reposait sur une expérience de coconstruction avec les habitants
- Possibilité de commentaires des usagers pour améliorer le service
- Communication diversifiée (animateurs aux arrêts, outils numériques...)

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Tarifs très élevés pour les passagers qui peuvent être dissuasifs (frais de service élevés de la société)

# ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

illicov projette d'ouvrir plusieurs lignes de covoiturage dans la région de Grenoble.

## CONTACT

[contact@illicov.fr](mailto:contact@illicov.fr)

## SITE WEB

[www.illicov.fr](http://www.illicov.fr)



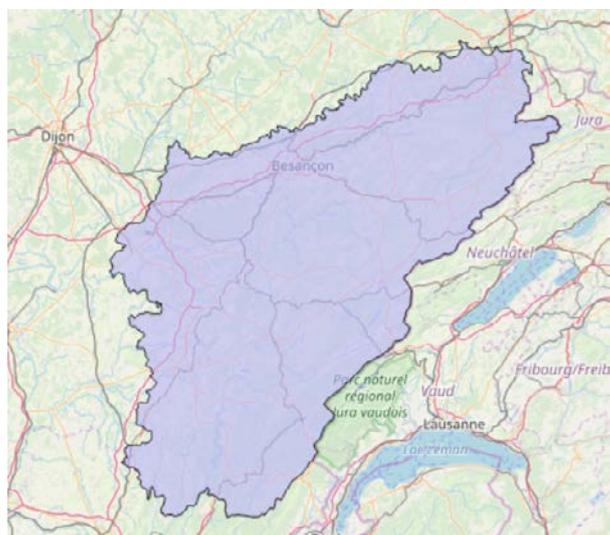


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Covoiturage de l'Arc jurassien

### Localisation



### Budget, moyens humains

1,8 millions d'€ : pour l'animation et la communication (80 % du budget), pour l'aménagement des parkings et pour le pilotage de projet

25 % de fonds européens, 49 % de fonds suisses et 24 % de fonds français

### Maître d'ouvrage

Association intercantonale arcjurassien.ch, PNR du Haut-Jura et 16 partenaires institutionnels français et suisses (Canton de Vaud, Canton du Jura, Pays du Haut-Doubs...)

### Partenaires

135 entreprises (en majorité suisses)

### Date de mise en place

2011

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Le projet de « Covoiturage de l'Arc jurassien » a été initié en 2011 dans le cadre d'un programme de coopération territoriale européenne INTERREG. Il s'adresse aux 45 000 travailleurs frontaliers qui se rendent pour la majorité à leur travail en voiture, dans une région peu desservie par les transports publics.

Le projet sert de motivateur et d'intermédiaire entre les covoitureurs qui sont mis relation via la centrale téléphonique gratuite. Une fois mis en relation, les covoitureurs sont libres de s'arranger entre eux pour le dédommagement de frais ou pour alterner leurs véhicules. En 2015, à l'initiative et en complément du projet, une ligne de covoiturage instantané (Taxito) a été ouverte en version pilote. Le piéton/passager envoie, via l'application ou par SMS, sa destination qui s'affiche ensuite sur la borne.

Le dispositif s'est progressivement élargi géographiquement pour concerner en 2018 les 230km de frontière de l'Arc jurassien franco-suisse, soit 580 000 habitants et travailleurs concernés.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : 28 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Le covoiturage Arc Jurassien ne prévoit pas de liaison avec d'autres modes de transport mais certaines aires de covoiturage sont connectées au réseau ferroviaire.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [site internet](#) permet d'apporter des informations sur le service (présentation du dispositif, localisation des aires de covoiturage...)

Une centrale téléphonique avec un numéro gratuit (disponible du lundi au vendredi de 7h à 19h) permet de renseigner les personnes intéressées par le covoiturage et, le cas échéant, de les aider à trouver un covoitureur (même si la majorité des équipages se constitue directement dans les entreprises partenaires). La centrale peut aussi être mise à contribution pour trouver une solution de dépannage.

Des outils peuvent également être mis à disposition des entreprises pour promouvoir la pratique du covoiturage auprès de leurs salariés: FairPark® (pour la gestion du stationnement et calcul du potentiel de covoiturage par entreprise et par collaborateur) et Share to move® (pour l'organisation des équipes de covoitureurs: analyse des kilomètres parcourus, horaires de travail, partage des frais...)

Une centaine d'aires de covoiturage ont été créées en partenariat avec les communes françaises et suisses. La majorité des aires se trouvent du côté français.

Le service de ligne de covoiturage Taxito comprend en plus des bornes électroniques où sont écrits les différents arrêts possibles et dont la destination demandée par le piéton s'éclaire.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- L'essentiel des efforts porte sur la communication et l'animation auprès et au sein des entreprises. L'animation renseigne les salariés sur le covoiturage et ses avantages et elle permet de s'inscrire au service et d'identifier de potentiels covoitureurs parmi leurs collègues
- Le projet « Covoiturage de l'Arc Jurassien » organise chaque année un Challenge covoiturage entre les entreprises de l'Arc jurassien. Les salariés sont encouragés à constituer des équipages et à covoiturer durant une semaine. Différents prix sont ensuite remis aux gagnants (bon d'essence, bons pour des repas gastronomiques) et des trophées aux entreprises ayant comptabilisé le plus de participants par rapport à leur nombre de salariés

## RÉSULTATS OBTENUS

- L'évaluation de 2015 a mis en évidence sur le territoire une économie annuelle de 17 millions de km, de 2 800 tonnes de CO2 et de 6 millions d'euros
- Entre 2011 et 2016, la part du covoiturage est passée de 13 % à 25 % parmi les 90 entreprises adhérentes
- En 2017, 1 200 personnes se sont inscrites au Challenge covoiturage (+36 % par rapport à l'édition 2016)
- En 2018, plus de 135 entreprises sont adhérentes au covoiturage de l'Arc jurassien
- La ligne Taxito comptabilise plus de 700 utilisations du service depuis sa mise en place (en 2015) et le temps d'attente moyen est estimé à 4 minutes

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Les acteurs du projet ont mené un important travail d'animation et de sensibilisation dans les entreprises et auprès du grand public (flyers, affiches, presse...)
- Large réseau de partenaires (entreprises, collectivités territoriales...)
- Centrale téléphonique simple et qui crée un lien humain plus engageant qu'un outil virtuel
- Evènements fédérateurs comme le Challenge covoiturage (5 éditions ont eu lieu)
- L'inscription dans un programme INTERREG a contribué au financement et à la gestion du projet
- Offre de covoiturage transfrontalière (grâce à des partenariats, etc.)

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Il n'existe pas d'autre outil que la centrale téléphonique pour s'inscrire
- Pas de présence ou de communication sur les réseaux sociaux (cela pourrait élargir le public cible)
- Le projet de covoiturage s'adresse peu aux trajets autres que domicile-travail
- Pérennisation non acquise à l'échéance du programme INTERREG

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Un point zéro a été établi au démarrage du projet et deux évaluations intermédiaires ont été menées (la dernière en 2015). Une nouvelle campagne d'évaluation a démarré dont les résultats seront connus mi-2018. Cette évaluation intègre des comptages aux frontières et sur les parkings des entreprises partenaires, des comptages de véhicules sur les aires de covoiturage, des enquêtes de mobilité auprès des salariés des entreprises partenaires, une enquête de satisfaction à destination des entreprises, et le suivi de divers indicateurs (nombre d'entreprises adhérentes, nombre de salariés des entreprises adhérentes, nombre d'appels reçus et émis par la centrale de mobilité, nombre d'animations menées en entreprises, nombre d'inscrits au challenge covoiturage...)

En 2018, la dernière phase du projet « Covoiturage de l'Arc jurassien » est en cours, elle a vocation à étendre le dispositif aux entreprises françaises et aux autres motifs de déplacement.

### CONTACT

[info@arcjurassien.ch](mailto:info@arcjurassien.ch)

### SITE WEB

[www.covoiturage-arcjurassien.com](http://www.covoiturage-arcjurassien.com)



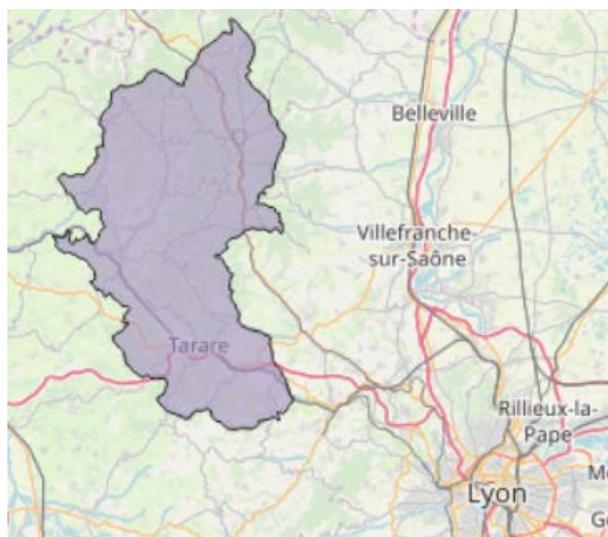


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Covoit'ici

### Localisation



### Budget, moyens humains

Budget très variable selon les réseaux et les prestations : de quelques centaines à quelques dizaines de milliers d'euros ;  
levée de fonds d'un million d'euros en 2017  
Équipe de 25 personnes

### Maître d'ouvrage

ecov (startup), la région Ile-de-France, le département du Val d'Oise, la Communauté urbaine Grand Paris Seine et Oise, le Parc naturel du Vexin français et le Laboratoire Ville Mobilité Transport

### Partenaires

Collectivités et entreprises

CarPostal France, Communauté d'Agglomération de l'Ouest Rhodanien

### Date de mise en place

2016

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Covoit'ici agit pour le désenclavement des territoires ruraux et la fluidification du trafic en zones denses. Il fonctionne avec des stations connectées autonomes en énergie, implantées le long de la voirie qui mettent en lien de façon instantanée les passagers et les conducteurs. Le service a été développé à différents endroits, sous forme de lignes de covoiturage : dans l'Ouest Rhodanien, les Yvelines, le Val d'Oise, Venelles (13) et le sera prochainement à Salon de Provence et Sénas (13). Un tarif kilométrique est en place sur le réseau du Vexin (Val d'Oise et Yvelines) où le passager paye 0,12€/km et où le conducteur est indemnisé à hauteur de 0,09€/km. A Salon de Provence et dans l'Ouest Rhodanien, c'est au contraire un tarif unique de 1€ par trajet cette fois qui s'applique pour le conducteur.

Il n'y a aucun échange monétaire direct entre les covoitureurs. Le passager sélectionne sa destination sur la borne ou l'application mobile, il paye et reçoit un ticket. Le nombre de passagers, la destination et le montant s'affichent ensuite sur le panneau lumineux (par exemple : 1 passager – Cergy – Gagnez 1,50€). Lorsqu'un conducteur s'arrête, il reçoit le ticket du passager qui lui permettra d'être dédommagé en l'encaissant sur le site.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : 11 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Les lignes de covoiturage viennent compléter les réseaux de transports publics par des arrêts multimodaux.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Les stations de covoiturage sont connectées et autonomes en énergie. Les bornes fonctionnent par énergie solaire et les panneaux lumineux sont soit en autonomie solaire soit sur l'éclairage public. Leur mobilier urbain s'appuie sur les infrastructures existantes (parkings, abri-voyageur...) en permettant la possibilité d'adjonction ultérieure d'autres services.

Le [site internet](#) donne des informations sur le service, il permet de s'inscrire et de créer son profil, de gérer son compte, d'encaisser des tickets (pour les conducteurs), de noter les autres covoitureurs et d'avoir une assistance en ligne.

Depuis 2017, l'application mobile a été lancée sur les 3 réseaux. Elle permet de faire, à distance, une demande de covoiturage immédiate sans passer par la borne physique. L'application donne également des informations sur le service en temps réel, permet l'encaissement des tickets par les conducteurs et permet le partage de sa position avec l'Assistance (sécurité). Le passager a la possibilité de vérifier le véhicule dans lequel il monte en envoyant sa plaque d'immatriculation au service par SMS. De même, le conducteur peut vérifier la validité du ticket du passager par le même système.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Communication visuelle dans l'espace public avec les panneaux lumineux
- Inauguration des stations avec les collectivités locales
- COVOIT'ICI est très actif sur internet, son blog et sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram)

## RÉSULTATS OBTENUS

De 2016 à 2018, 3 180 personnes se sont inscrites et ont parcouru plus de 8 000 km entre les 16 stations du Val-d'Oise et des Yvelines, les 7 stations de l'Ouest Rhodanien et les deux stations à Salon-de-Provence et Sénas. 52% des conducteurs s'arrêtent alors qu'ils ne connaissent pas COVOIT'ICI. Le dispositif touche ainsi 3 fois plus de conducteurs que ceux qui sont déjà inscrits au service.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Stations connectées (bornes et panneaux lumineux) très visibles depuis la voirie
- Pas besoin d'être inscrit pour utiliser le service, pas d'engagement (important pour le conducteur surtout)
- Service sécurisé (vérifications par SMS ou géolocalisation partagée)
- Activité importante sur les réseaux sociaux
- Développement de l'application mobile pour attirer un nouveau public

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Il y a peu de flexibilité dans les trajets car ils suivent nécessairement les lignes de covoiturage
- Il n'y a pas d'assurance pour le passager de trouver un covoitureur conducteur (mais un projet de garantie est actuellement en réflexion)
- Il y a peu de partenariats avec les entreprises mais est-ce utile pour ce type de covoiturage ?

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Les bornes étant connectées, elles permettent à la fois de produire de la donnée (amélioration des informations pour les utilisateurs et pour la collectivité) et d'évoluer dans le temps. Un suivi scientifique fait également intervenir un laboratoire public de recherche (le Laboratoire Ville Mobilité Transport) et des acteurs spécialisés en évolution des comportements.

Une intégration plus poussée des lignes de covoiturage au réseau de transports publics (tarif, Pass transport, etc.) est envisagée par la startup. ecov travaille également sur l'ajout d'une garantie pour les passagers, en partenariat avec des taxis et des VTC du territoire (actuellement en test). La startup a également pour projet d'élaborer des fiches horaires afin d'indiquer aux passagers les horaires d'ouverture et les temps d'attente estimés.

Dans un futur proche, davantage de lignes de covoiturage et de stations connectées vont être mises en place sur le territoire. Un service plus léger sans bornes tactiles va également voir le jour (COVOIT'GO), notamment à Chambéry. Il sera particulièrement adapté aux zones très peu denses (rural, montagne, etc.).

### CONTACT

[contact@ecov.fr](mailto:contact@ecov.fr), [support@covoitici.fr](mailto:support@covoitici.fr)

### SITE WEB

[www.covoitici.fr](http://www.covoitici.fr), [www.ecov.fr](http://www.ecov.fr)



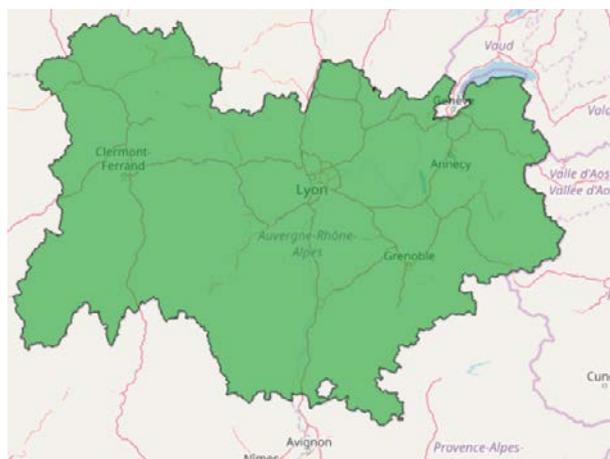


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Mov'ici

### Localisation



### Budget, moyens humains

390 000€ financés par la Région

### Maître d'ouvrage

Région Auvergne-Rhône-Alpes (public)

### Partenaires

14 collectivités et intercommunalités de la région

### Date de mise en place

2016 (sous le nom de Covoitoura jusqu'en 2018)

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Mov'ici s'adresse aux particuliers, aux entreprises et aux collectivités de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Depuis 2018, il est l'héritier de Covoitoura, créé en 2016, et propose des fonctionnalités supplémentaires telles qu'une application mobile dynamique.

L'application mobile propose du covoiturage dynamique, ce qui signifie que le passager et le conducteur peuvent voir en temps réel les covoitureurs possibles sur leur trajet et entrer en contact avec eux.

Le conducteur propose lui-même le prix du trajet (qui ne peut pas dépasser le barème fiscal légal, c'est-à-dire entre 0,30€ et 0,60€/km en 2018). Une proposition de 0,08€/km lui est faite sur le site, qui se base sur la division par quatre des frais d'essence. Le dédommagement du passager envers le conducteur peut s'effectuer soit par un porte-monnaie électronique, soit directement en espèces. Les covoitureurs peuvent également choisir d'alterner l'usage de leurs véhicules pour éviter les échanges monétaires. Le porte-monnaie électronique est sans frais et le conducteur peut récupérer ses gains une fois par mois s'ils sont supérieurs à 20€ (par virement bancaire). S'ils sont inférieurs à 20€, les gains sont rendus lors de la désinscription.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: **NC**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Mov'ici ne propose pas de combinaison de trajets avec d'autres modes de transports mais le calculateur multimodal propose cependant des trajets alternatifs avec des offres de transports en communs.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le site internet [Mov'ici](#) permet de s'inscrire et de proposer/chercher une annonce de covoiturage. Il propose également sur demande la création gratuite de communautés de covoiturage (en fonction par exemple d'une zone géographique ou d'activité) pour faciliter par exemple la promotion du covoiturage par un employeur auprès de ses salariés. La condition est que chaque communauté doit disposer d'un référent et s'engager à effectuer des animations régulières et à promouvoir la pratique du covoiturage. Chacun peut également créer gratuitement un événement comme un festival par exemple qui sera mis en valeur sur Mov'ici et qui disposera de son propre widget pour faire un lien direct entre le site de l'événement et Mov'ici.

Le porte-monnaie électronique permet de recharger son compte, de débiter une somme et d'accéder à l'historique des trajets payés/impayés.

L'application mobile propose du covoiturage dynamique, en temps réel. Chaque passager ou conducteur peut voir instantanément les covoitureurs possibles sur son trajet grâce à la géolocalisation et peut entrer en contact directement avec eux.

Les annonces de Mov'ici sont mutualisées avec celles de [Covoiturage Grand Lyon](#) et de [Covoiturage Auvergne](#), elles sont donc répertoriées sur leur site et inversement.

La Région prend en charge le développement et l'hébergement du site ainsi que la conception de support pour la communication (affiches, flyer, vidéo). Ceux-ci sont téléchargeables gratuitement et en partie modifiables.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Programme de fidélité permettant de gagner des bons cadeaux
- Possibilité de parrainage de collègues ou d'amis
- Possibilité d'obtenir des justificatifs de trajet en les certifiant via l'application mobile
- Des représentants d'entreprises sont invités à participer au comité de suivi régional
- Mov'ici insiste sur la gratuité de la mise en relation des covoitureurs

## RÉSULTATS OBTENUS

Fin 2017, le site comptait 45 000 inscrits. En 2018, plus de 90 communautés sont répertoriées (ex : département de la Haute-Savoie ou Parc d'Activités Rovaltain), certaines ayant plusieurs centaines d'adhérents, et le site a permis la mise en relation de 220 000 personnes.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Centralise l'essentiel des offres de covoiturage de courte-distance en région Auvergne-Rhône-Alpes
- Pas de frais pour la mise en relation ni pour la création de communautés
- Application mobile dynamique, en temps réel
- Communautés par territoire ou par zones d'activité qui peuvent aider à fédérer des usagers dans un premier temps
- Différents types de covoiturage (programmé, spontané, régulier...)
- Potentiel important par sa visibilité et le large public concerné

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Le site n'est pas assez mis en valeur (design améliorable)
- La communication pourrait être plus efficace (photos plus « vraies », moins mises en scène et plus variées, pour que les usagers puissent s'identifier et imaginer concrètement l'utilisation du service)
- Pas de présence sur les réseaux sociaux (sauf sur LinkedIn car la cible privilégiée est les employeurs)
- Informations manquantes sur le site internet (ex : guide d'utilisation à compléter)
- Site pas assez intuitif pour les explications du fonctionnement du service

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

La Région anime un comité technique régional décliné parfois localement pour promouvoir le covoiturage, fédérer les initiatives locales, partager l'information et adapter Mov'ici aux besoins exprimés lors de ces

### CONTACT

[covoiturage@auvergnerhonealpes.fr](mailto:covoiturage@auvergnerhonealpes.fr)

### SITE WEB

[www.movici-rhone.auvergnerhonealpes.fr](http://www.movici-rhone.auvergnerhonealpes.fr)



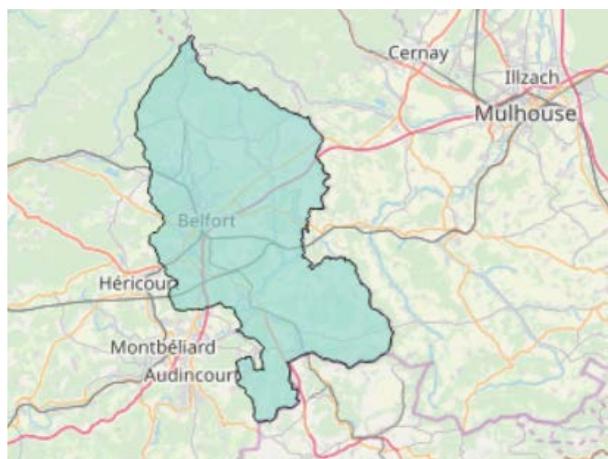


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Atchoum

### Localisation



### Budget, moyens humains

150 000 € /an de fonctionnement

2 personnes

### Maître d'ouvrage

Société Atchoum (start-up)

### Partenaires

Collectivités locales

### Date de mise en place

2017

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Atchoum est un service de covoiturage solidaire pour les territoires ruraux manquant de transports en commun. Il s'adresse plus spécifiquement aux personnes souffrant de difficultés de mobilité et d'isolement, parmi lesquelles les personnes âgées occupent une place importante.

Les principes du covoiturage sont repris : le transport est assuré par des conducteurs solidaires en échange d'un dédommagement de la part des passagers pour le trajet parcouru.

Le passager doit planifier son trajet le plus tôt possible par le site internet, l'application ou le centre d'appel. Tous les conducteurs référencés du secteur géographique concerné sont alors contactés par Atchoum pour leur proposer d'effectuer le trajet.

Le coût du trajet se situe entre 0,35€ et 0,50€/km, ce qui correspond aux frais de dédommagement additionnés aux frais de services Atchoum. La transaction financière ne se fait pas directement entre les covoitureurs, elle se fait en ligne ou par téléphone. Le conducteur est quant à lui dédommagé de 0,20€ à 0,35€/km (selon la distance) par virement bancaire.

Atchoum est en expérimentation dans 4 communes du Territoire de Belfort.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : **NC**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Atchoum ne prévoit pas spécifiquement de lien avec les autres modes de transport mais, s'il y a des demandes pour rejoindre un arrêt de bus ou une gare, c'est possible.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [service Atchoum](#) se présente sous la forme d'un site internet et d'une application mobile, couplés à un service de centre d'appels. Le site internet et l'application mobile permettent la recherche, la réservation et le paiement des trajets. Le centre d'appels (gratuit pour les usagers, abonnement de la mairie) met en contact les usagers avec un conseiller qui s'occupe de la demande. La réservation et le paiement du trajet se font également via le centre d'appels.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Services clés en main à disposition des collectivités : centre d'appels, application mobile, site internet, suivi statistique, kit de communication (flyers, banderoles), carte de transport pour personnes âgées, véhicule électrique en leasing, séances d'information et de communication auprès des habitants
- Possibilité de mettre en place le service dans une collectivité en 15 jours environ
- Présence active sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter)

## RÉSULTATS OBTENUS

Quatre communes sont actuellement en cours d'expérimentation. Il n'y a pas encore de données chiffrées sur le nombre d'inscrits et le nombre de trajets effectués.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Le service est adapté aux territoires ruraux
- Le dispositif est mis en place à la demande de la collectivité, ce qui inspire confiance aux usagers
- Valeurs de solidarité et d'entraide
- Dédommagement des conducteurs malgré le fait qu'ils soient bénévoles (incitatif)
- Répond à la fois à un public non connecté et/ou âgé avec le centre d'appels et à un public connecté avec l'application mobile
- Bonne communication sur les réseaux sociaux

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Risque que les conducteurs fassent le trajet alors que ce n'était pas initialement prévu, ce qui ne serait pas bénéfique sur le plan environnemental (mais certains en profitent pour faire leurs courses par exemple, ce qui reste moins néfaste que le transport à la demande).

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Atchoum propose de fournir aux collectivités un rapport mensuel détaillé sur les déplacements des usagers. En 2017, la start-up a été finaliste du Prix de l'Innovation dans la catégorie « social » lors du dernier Salon des maires. Elle a également été invitée à la clôture des Assises nationales de la mobilité par la Ministre chargée des Transports.

Atchoum fait actuellement de la prospection auprès des mairies et des communautés de communes des régions PACA, Bourgogne - Franche Comté et Grand-Est pour proposer d'y développer son service.

### CONTACT

[contact@atchoum.eu](mailto:contact@atchoum.eu)

### SITE WEB

[www.atchoum.eu](http://www.atchoum.eu)



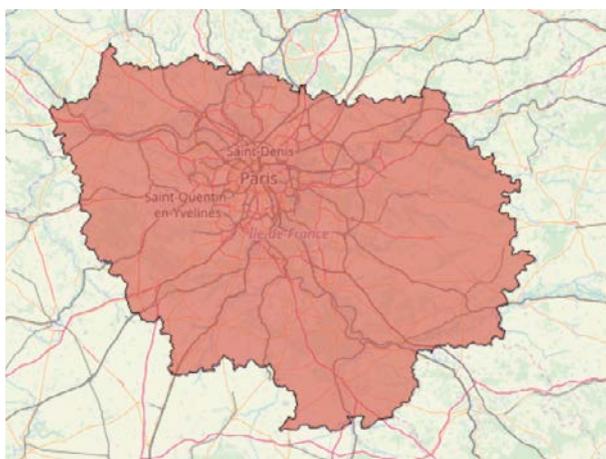


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Karos

### Localisation



### Budget, moyens humains

Levée de 2,5 millions d'euros depuis sa création (fonds privés et publics: BPI France, la Commission européenne...)

20 salariés

### Maître d'ouvrage

Société Karos (start-up – privé)

### Partenaires

25 entreprises clientes (Accor, TOTAL, HEC...), collectivités territoriales, Ministère de la Recherche et BPI France

### Date de mise en place

2016

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Karos est un service de court-voiturage® qui s'adresse principalement aux trajets domicile-travail. Il fonctionne avec les dernières avancées de l'Intelligence Artificielle qui calcule et propose automatiquement des trajets en fonction des habitudes de mobilité de chaque usager. L'application connaît les habitudes de l'utilisateur au bout d'une semaine et propose ainsi des trajets de manière personnalisée et anticipée (heure et lieu de départ, itinéraire). Karos propose également des offres clés-en-main aux entreprises et aux collectivités qui souhaitent développer le covoiturage Karos sur leur territoire. Toutes les transactions financières entre le conducteur et le passager se font en ligne et il n'y a pas de commission prélevée par Karos. Le passager paye 0,10€ par kilomètre et le coût du trajet est d'au-moins 1,50€. Le conducteur reçoit en indemnisation la somme correspondante (0,10€/km et un minimum de 1,50€ par trajet). Le service a été mis en place dans plusieurs communes d'Ile-de-France, dans le département de l'Essonne, à Grenoble et plus récemment à la Réunion.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: **21 km**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

L'application dispose d'un calculateur qui analyse les combinaisons possibles entre les « lignes » de covoiturage et les lignes du réseau de transports public, qui lui permet de proposer des trajets multimodaux (service accessible pour l'instant en Ile-de-France).

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [site internet](#) fait office d'outil de communication mais ne permet pas l'inscription ou l'utilisation du service.

Le service Karos se présente sous la forme d'une application mobile. Celle-ci fonctionne avec des profils d'utilisateurs (âge, nom, description, préférences en voiture, note...), elle permet de choisir une proposition de covoiturage, de contacter les autres covoitureurs par chat ou appel vocal, de les noter, etc.

Karos s'appuie sur l'innovation technologique avec l'usage d'algorithmes prédictifs et des dernières avancées de l'intelligence artificielle (machine learning). L'application apprend d'elle-même les habitudes de l'utilisateur et lui propose des covoitureurs, elle calcule également le point de rendez-vous idéal. L'utilisateur garde malgré tout la main sur les prédictions et les calculs de l'application. Il peut décider de l'horaire, de la destination et du chemin emprunté.

Dans l'Essonne, la commune de Breuillet a réservé 4 places de parking pour les utilisateurs de Karos. Quand l'utilisateur utilise l'application vers ou depuis la gare, l'application lui réserve automatiquement une place de parking pour la journée.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Karos est très présent sur internet et les réseaux sociaux. Son site internet, son blog et ses comptes Facebook, Twitter et LinkedIn sont très régulièrement mis à jour
- Une offre clé-en-main personnalisée de mise en service est proposée aux entreprises et aux collectivités
- Karos a des partenariats avec de grosses entreprises qui permettent de proposer des offres aux usagers (exemple : bons d'essence chez Total)

## RÉSULTATS OBTENUS

- 100 000 utilisateurs (dont la moitié est active)
- 225 000 trajets proposés quotidiennement
- 400 sites clients
- 8 % de croissance hebdomadaire du nombre de trajets depuis 17 mois (en 2018)
- 50 % de parts de marché en Île-de-France en nombre de covoiturages réalisés (source Karos)
- En moyenne, les covoitureurs de Karos gagnent 24 minutes par trajet et économisent 82€ par mois par rapport à leur ancien mode de transport

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- L'application propose des trajets anticipés (selon les habitudes de l'utilisateur) et multimodaux
- Karos dispose de fonds financiers importants et a des partenariats avec de grandes entreprises
- La start-up propose un service clés-en-main personnalisé pour les entreprises et les collectivités
- Forte présence et communication sur les réseaux sociaux
- Application qui utilise des algorithmes prédictifs et les dernières avancées de l'intelligence artificielle (machine learning)
- Aucune commission n'est prélevée par Karos

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Pas d'inscription ou de consultation de compte possible sur le site internet

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Karos a été primée de nombreuses fois. Elle a reçu des Grands Prix au concours annuel d'innovation « I-LAB » de BPI France, au « CleanTech Republic » de la Jeune Entreprise Eco-innovante de l'année et à l'« Urban Mobility » de EIT Digital à Londres. Elle a également été lauréate du Clean Tech Open France et a reçu le Prix Spécial du Jury au concours européen d'entreprises innovantes Soul-fi FIWARE à Barcelone.

En 2017, Karos a été sélectionnée par le programme « Start-up Garage » de Facebook pour intégrer la Station F à Paris, un des plus gros campus du monde dédié aux start-up.

Par ailleurs, Karos a l'objectif en 2018 de se déployer dans plusieurs régions françaises et de faire un test à l'étranger.

## CONTACT

[contact@karos.fr](mailto:contact@karos.fr); [territoires@karos.fr](mailto:territoires@karos.fr); [entreprises@karos.fr](mailto:entreprises@karos.fr)

## SITE WEB

[www.karos.fr](http://www.karos.fr)





## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

OuiHop'

### Localisation



### Budget, moyens humains

Levée de 200 000 € au lancement (« love money » : amis et famille).  
Soutiens financiers de la Mairie de Paris, l'Ademe, de la French Tech et de la Greentech BPI)  
Equipe de 8 personnes

### Maître d'ouvrage

Société OuiHop' (start-up – privé))

### Partenaires

Acteurs publics (Société du Grand Paris, RATP, IdFM, VGP...), entreprises privées

### Date de mise en place

2015

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

OuiHop' met en relation, sans planification, les automobilistes et les piétons qui passent à proximité et vont dans la même direction.

En démarrant, le conducteur doit renseigner sa destination sur l'application. Le piéton voit sur l'application les itinéraires des voitures qui vont passer autour de lui dans les 15 minutes qui suivent. Il peut sélectionner le trajet qui lui convient le mieux pour faire une demande à l'automobiliste. Le conducteur reçoit alors une notification et le profil piéton s'affiche sur son écran, avec sa localisation. Il a alors le choix d'accepter ou de refuser la demande.

Les piétons peuvent utiliser le service gratuitement 3 fois, puis s'abonner en illimité pour 2€/mois. Les automobilistes sont récompensés par une monnaie virtuelle, les Hopiz, échangeable contre des chèques carburant, des heures de parking gratuites, etc. Plus les conducteurs utilisent l'application, plus ils accumulent les Hopiz. OuiHop' propose également un service aux collectivités et aux entreprises avec la mise en place de lignes (OuiHop' lines) identifiées comme des axes de besoin. Ces lignes fonctionnent comme des lignes de bus avec une incitation financière pour les conducteurs qui les engage, en échange, à prendre les passagers sur leur route.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: **NC**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

OuiHop intègre à son application un calcul d'itinéraire qui comprend les stations de transports publics les plus proches. Les utilisateurs peuvent ajouter leurs stations favorites comme lieu de rendez-vous pour leurs trajets.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [site internet](#) fait office d'outil de communication mais ne permet pas l'inscription ou l'utilisation du service. L'application mobile fonctionne en temps réel, il n'est pas possible de réserver mais les destinations peuvent être programmées jusqu'à 60 minutes à l'avance. Elle permet d'entrer l'adresse de son domicile et celle de son lieu de travail pour trouver des conducteurs ou des piétons faisant le même trajet. Une évaluation mutuelle se fait à la fin de chaque trajet et les notifications sont relayées en audio pour éviter de distraire le conducteur.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Le site, le blog et les comptes Facebook et Twitter de OuiHop' sont très régulièrement mis à jour
- 3 trajets gratuits sont proposés aux passagers lorsqu'ils s'inscrivent
- Un tirage au sort mensuel est organisé entre tous les utilisateurs qui ont été crédités d'au moins 1 ticket de loterie (acquis soit en déclarant un trajet sur l'application soit par l'échange de Hopiz)
- Système de parrainage qui rapporte des Hopiz au conducteur

## RÉSULTATS OBTENUS

- 50 000 utilisateurs
- 80 entreprises clientes
- 1500 trajets déclarés chaque jour en Ile-de-France

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Flexible et instantané
- Financièrement très intéressant pour les passagers
- Récompenses intéressantes pour les automobilistes mais qui peuvent les pousser à optimiser davantage leur véhicule (Hopiz pour des kilomètres à vide et services pour véhicules)
- Aucun détour à effectuer pour le conducteur
- Bonne communication et présence sur les réseaux sociaux

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Le piéton doit s'adapter au trajet du conducteur, ce qui peut être dissuasif (pas de flexibilité d'itinéraire pour le passager)
- Les incitations sont-elles suffisantes pour les conducteurs ?
- Risque que les conducteurs préfèrent faire les trajets à vide car ils sont récompensés
- Il n'y a pas d'assurance d'être pris par un conducteur pour le piéton.

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

La start-up souhaite développer davantage de partenariats avec les entreprises.

En 2018, la OuiHop' va lancer deux « SDK » (kit de développement logiciel), un SDK Conducteur et un SDK Passager. Ils pourront, par exemple, servir à ajouter un module de covoiturage instantané dans les applications de covoiturage classique et dans les applications d'opérateurs de taxi et VTC.

### CONTACT

[contact@ouihop.com](mailto:contact@ouihop.com)

### SITE WEB

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





## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Coovia

### Localisation



### Budget, moyens humains

Levée de fond en septembre 2016

20% du capital est détenu par le groupe international ACTIA

Equipe de 3 personnes

### Maître d'ouvrage

Société Coovia (start-up – privé)

### Partenaires

Tisséo Collectivités (partenariat méthodologique)

Acteurs locaux de la mobilité

Entreprises privées

### Date de mise en place

2012

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Coovia a initialement été créé pour les trajets domicile-travail dans la région de Toulouse. Aujourd'hui, Coovia se tourne davantage vers le service aux entreprises et propose des offres clé-en-main aux entreprises souhaitant développer un plan mobilité dans leur structure.

Sur le site ou l'application mobile, le conducteur propose un trajet ponctuel ou ses trajets réguliers. Il a la possibilité d'annuler ou de décaler ses trajets à la dernière minute.

Le passager peut quant à lui effectuer une recherche en indiquant l'itinéraire qu'il souhaite prendre. Il peut ensuite faire une demande de réservation, que le conducteur sera libre d'accepter ou non.

Les transactions financières se font en ligne et sont calculées automatiquement par Coovia. Le passager paye 0,10€ par kilomètre et, au minimum, 1,50€ par trajet. Le conducteur reçoit 1,90€ pour les 20 premiers kilomètres, puis 0,045€/km. Coovia prélève une commission de 10% de frais de service sur les transactions entre les deux.

Le service Coovia a été mis en place en Occitanie et à Nantes et projette de se développer en Nouvelle-Aquitaine.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: **NC**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Coovia propose des trajets associant covoiturage et transports en commun, pour qu'ils soient le plus rapides possible.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

L'inscription et l'utilisation du [service](#) se font soit sur le site internet soit sur l'application mobile. Ces plateformes permettent le dépôt et la recherche d'annonce de covoiturage, la visualisation des trajets à proximité, la réservation, les transactions financières, le calcul d'itinéraire multimodal, etc.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Présence et communication importante sur le site internet, le blog et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn)
- Grande campagne publicitaire dans la région toulousaine en septembre 2016 (affichage grand format dans les abris bus et spots radio)

## RÉSULTATS OBTENUS

En 2018, Coovia compte 9000 inscrits et 20 entreprises clientes, soit 24 000 employés concernés.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Flexibilité pour les conducteurs
- Services clé-en-main pour les entreprises et les organisations d'événements
- Bonne communication et présence sur les réseaux sociaux

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Coût pour les passagers qui peut être rédhibitoire pour des distances inférieures à 10km (minimum de 1,50 €/trajet)
- Peu de flexibilité pour le passager

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Coovia a remporté différents prix : le Grand Prix Défi Numérique Toulouse Métropole en octobre 2012, le prix du Club Galaxie « futures stars de l'économie » en novembre 2013, le prix Midinnov « Innovation et Société » début 2016. Elle a été élue start-up de l'année lors du Biznet La Tribune-Objectifs News 2016.

Coovia a signé une convention de partenariat avec Klaxit en mars 2018, ce qui signifie que ce sera l'application Klaxit qui sera proposée à partir de la fin de l'année 2018. Les clients seront quant à eux migrés vers cette solution.

## CONTACT

[bonjour@coovia.fr](mailto:bonjour@coovia.fr)

## SITE WEB

[www.coovia.fr](http://www.coovia.fr)



## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Badjoto

### Localisation



### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Badjoto est un service de covoiturage pour les trajets domicile-travail et domicile-étude. Il met en contact les utilisateurs aux déplacements similaires grâce à un badge placé dans le véhicule. En fonction des habitudes de trajet du conducteur, Badjoto lui propose des passagers sur sa route. Un service aux entreprises est également proposé par la start-up : offre groupée pour les PME/TPE ou étude personnalisée pour les Grandes Entreprises. Badjoto calcule et transfère automatiquement les frais entre le passager et le conducteur. Le compte du passager doit être approvisionné de kilomètres prépayés pour pouvoir réserver un trajet. Pour chaque trajet, le passager paye 0,12€ par kilomètre auxquels Badjoto prélève 10% de frais de commission. Le passager peut également s'abonner au service pour ne pas avoir à payer ces frais de commission. Le conducteur reçoit quant à lui 0,12€/km auxquels sont déduits 10% de commission. Badjoto est actuellement en phase d'expérimentation sur le Technopole Izarbel sur la Côte Basque (depuis début 2018).

### Budget, moyens humains

Subvention de 50 000 € par la région  
Nouvelle-Aquitaine en 2018

Subvention de 25 000 € par l'ESA (Agence  
Spatiale Européenne)

Equipe de 4 personnes

### Maître d'ouvrage

Société Badjoto (start-up – privé)

### Partenaires

7 acteurs privés et publics (Région, Digital  
Aquitaine, ESA...)

### Date de mise en place

2016 (fonctionnel depuis 2018)

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : **NC**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Badjoto ne prévoit pas actuellement de lien avec les autres modes de transport tels que les transports publics.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le service **Badjoto** est utilisable sur l'application mobile (inscription, réservation, géolocalisation, notation, transfert d'argent, etc.). La réservation de trajet génère l'envoi de SMS et de notification aux passagers et aux conducteurs. L'application permet également de réaliser du covoiturage dynamique grâce à la fonction de recherche « au plus tôt ». Le service envoie alors plusieurs requêtes « urgentes » aux conducteurs pertinents, qui disposent de 15min pour répondre.

Le badge ne contient ni puce GPS ni GSM, c'est une balise de localisation de faible portée qui est connectée à un smartphone par Bluetooth. Il déclenche le GPS du smartphone de l'utilisateur quand il se trouve à proximité et permet le calcul et la transmission de données pour améliorer le service. La géolocalisation permet par exemple de vérifier l'heure et la position des covoitureurs pour les prévenir d'un éventuel retard pendant le trajet.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Le site internet et les comptes Facebook, LinkedIn et Twitter de Badjoto sont régulièrement mis à jour
- Présentation de la start-up dans des salons et des forums
- Test gratuit de Badjoto pour les salariés du site technopolitain d'Izarbel

## RÉSULTATS OBTENUS

Plus de 200 personnes sur le Technopole Izarbel se sont inscrites depuis le lancement (début 2018).

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Le badge dans le véhicule est innovant
- Présence et bonne communication sur les réseaux sociaux
- Possibilité de covoiturage dynamique avec l'application mobile
- Services aux entreprises proposés

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Badge payant pour les conducteurs qui peut être rédhibitoire
- L'utilisation du service se fait par l'application mobile seulement, pas via le site internet

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Badjoto venant d'être lancé (début 2018), la start-up n'a pas encore mis en place de dispositif d'évaluation.

Le badge sera prochainement proposé à 19,90€ avec la modalité « satisfait ou remboursé » après 1 mois afin de laisser les utilisateurs essayer.

L'objectif de l'expérimentation sur le Technopole Izarbel est de mobiliser 300 utilisateurs.

### CONTACT

[contact@badjoto.com](mailto:contact@badjoto.com)

### SITE WEB

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



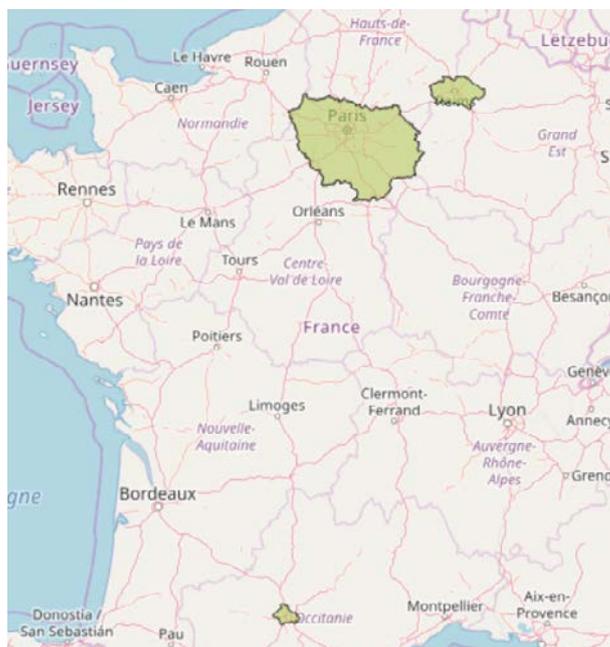


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

BlaBlaLines

### Localisation



### Budget, moyens humains

Financement de la maison-mère BlaBlaCar

### Maître d'ouvrage

Société Comuto (privé)

### Partenaires

VINCI Autoroutes, Total, Paypal

Acteurs public (Université de Reims, Île-de-France mobilités)

Acteurs privés (ekodev...)

### Date de mise en place

2017

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

BlaBlaLines est la version de BlaBlaCar dédiée au covoiturage quotidien. Il se présente sous la forme d'une application mobile et fonctionne par « lignes » de covoiturage activées automatiquement lorsqu'il y a suffisamment de conducteurs effectuant le trajet dans les deux sens.

Le passager peut réserver un trajet entre 1h et 72h avant son départ. Lors de sa recherche, il se voit attribuer une ligne au plus près du trajet qu'il souhaite effectuer. Il peut également enregistrer sur l'application ses trajets domicile-travail afin de recevoir des propositions de conducteurs disponibles sur cet itinéraire. Le conducteur indique quant à lui ses trajets quotidiens, il reçoit ensuite des demandes qu'il peut accepter ou refuser.

Pour un trajet inférieur ou égal à 30km, le passager donne 2€ au conducteur, puis 0,10€ pour chaque kilomètre supplémentaire. Le paiement des frais s'effectue par espèces entre les covoitureurs à la fin du trajet. Il n'y a pas de commission prélevée par BlaBlaLines pendant la phase d'expérimentation.

En 2017, BlaBlaLines a d'abord été lancé en version pilote sur 2 axes puis l'expérimentation a été étendue en 2018 au Grand Reims, Toulouse et à l'ensemble de l'Île de France.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: **30 km**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

En Ile-de-France, BlaBlaLines propose des trajets combinant covoiturage et transports en commun.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le service [BlaBlaLines](#) est utilisable sur l'application mobile seulement. Elle permet l'inscription, la gestion de l'agenda de trajets quotidiens, la réservation, la géolocalisation, la recherche d'itinéraires multimodaux, le choix des points de rencontre, etc.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Les premiers mois après le lancement, 15 euros d'essence étaient offerts aux conducteurs pour leur premier covoiturage (valable toute l'année)
- L'utilisation du service est sans commission dans un premier temps pour « aller chercher l'usage » (comme ça a été le cas pour BlaBlaCar)
- Une soirée a été organisée dans un bar pour présenter l'application, avec un apéritif dînatoire offert et des échanges entre l'équipe et les covoitureurs
- BlaBlaLines propose un kit de communication gratuit aux entreprises. Il comprend des flyers, des posters A3, des visuels, des modèles d'email, etc.
- La société propose également des animations sur sites d'entreprises
- BlaBlaLines est très présent sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn) et a un site internet attractif pour communiquer sur son service

## RÉSULTATS OBTENUS

- Croissance de +25% par mois depuis son lancement
- Quelques mois après son lancement, 10 000 personnes étaient inscrites dans la région de Toulouse et plusieurs centaines de trajets y sont proposés chaque jour
- Pendant la première phase, 2000 trajets aller-retour par semaine ont été publiés entre Reims et Châlons-en-Champagne. Aujourd'hui, 1200 trajets sont proposés par jour sur le même axe

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Grande visibilité du service grâce à BlaBlaCar qui est leader du covoiturage de longue et moyenne-distance en France
- Nombreuses évolutions et améliorations à venir (fonctionnalités supplémentaires, extension sur d'autres territoires...)

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Le paiement se fait pour l'instant par espèce seulement, ce qui est plus incertain
- Il n'est pas possible de s'inscrire ou d'utiliser le service sur le site internet
- Le tarif pour les passagers est peu intéressant pour des trajets inférieurs à 10 km
- Il est vraisemblable qu'une commission soit ajoutée au service ultérieurement

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

BlaBlaLines va utiliser sa première phase d'expérimentation pour recueillir des retours d'expériences qui serviront à améliorer le service et à proposer de nouvelles fonctionnalités. La société est par ailleurs en négociation avec des collectivités et des acteurs territoriaux pour se développer dans d'autres villes françaises.

JCDecaux s'est également associé à BlaBlaLines pour que ses abris voyageurs servent également de points de rencontres pour les covoitureurs. Une phase pilote de 6 mois sera lancée avec 100 abris à Toulouse et 30 à Montauban. Ceux-ci seront desservis par les lignes de covoiturage et seront nommés « espace de covoiturage ».

Parmi les futurs axes de développement de BlaBlaLines, il y a la notation des conducteurs et des passagers, le paiement dans l'application, l'adaptation du réseau de lignes en temps réel (en fonction du trafic par exemple) et la synchronisation des profils avec ceux de BlaBlaCar.

### CONTACT

[contact@blablalines.com](mailto:contact@blablalines.com)

### SITE WEB

[blablalines.com](http://blablalines.com)





## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

iDVROOM

### Localisation



### Budget, moyens humains

Financement de la maison-mère SNCF

Equipe de 30 personnes (développeurs, intégrateurs, experts fonctionnels, équipe marketing et communication, commerciaux...)

### Maître d'ouvrage

Société Ecolutis (filiale SNCF)

Mobilités à 100 % - start-up, privé)

Issu de la fusion entre Easycovoiturage et 123envoiture d'Ecolutis

### Partenaires

Plus de 230 entreprises et collectivités

Partenariats avec des acteurs importants de la mobilité en France (SNCF, AREA, TOTAL, Renault...)

### Date de mise en place

2014

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

iDVROOM est un service de covoiturage dédié aux trajets quotidiens. Les usagers ont la possibilité de créer une communauté ou un événement, et un service aux entreprises et aux collectivités est proposé sous le nom d'iDVROOM business.

Il existe deux modes de réservation : express ou avec confirmation. Le conducteur est libre de fixer le montant de son dédommagement, mais il ne doit pas dépasser le barème légal. iDVROOM prélève une commission sur le paiement en ligne des passagers : pour un paiement par carte bancaire classique, les frais sont de 0,20€ fixe + 10% du trajet et, en passant par le porte-monnaie électronique, ils sont de 0,20€ fixe + 7% du trajet.

En 2016, a été lancée en expérimentation l'application POP & VROOM, qui fonctionne avec des lignes de covoiturage. Le paiement se fait directement en espèces et sans commission.

iDVROOM offre la possibilité de souscrire à une garantie retour par taxi ou par VTC pour 8 points de rencontre.

Une garantie retour en TER est également proposée sur 12 lignes de POP & VROOM, ce qui signifie qu'en cas d'annulation du covoiturage, le voyage de retour en TER sera remboursé au passager.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : **35 km**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

20 % des trajets d'iDVROOM sont proposés depuis ou vers une gare SNCF.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le service de covoiturage iDVROOM est accessible sur le [site internet](#) ou sur l'application mobile.

Ces plateformes permettent de s'inscrire, de proposer, de chercher ou de réserver un covoiturage.

Différents outils ou options y sont disponibles (gestionnaire de planning, bilan des économies réalisées, chat, option « 100 % filles »).

iDVROOM Business propose trois solutions web et mobile aux entreprises : la Communauté pro (interface intégrée à iDVROOM), la Communauté premium (mini site dédié, aux couleurs de l'entreprise) et un site 100 % dédié (plateforme de covoiturage personnalisée). Les entreprises peuvent également accéder à des statistiques et calculer leur bilan carbone.

Des places de parking réservées au covoiturage iDVROOM sont actuellement proposées dans 95 gares du bassin parisien. Pour s'y garer, elles nécessitent de coller un macaron sur le véhicule dont la demande se fait en ligne.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- De nombreuses offres ponctuelles (une semaine de covoiturage offerte par mois, des réductions sur les abonnements des Parcs Relais, des bons cadeaux pendant les fêtes de fin d'année, des cartes-cadeaux, des jeux-concours...)
- Le badge télépéage est offert aux conducteurs d'iDVROOM (sous conditions)
- Présence et communication importante sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn), sur leur site internet et sur leur blog
- iDVROOM participe à de nombreux événements (salons, festivals...) pour communiquer sur son service

## RÉSULTATS OBTENUS

- 600 000 personnes sont inscrites sur la plateforme en 2018
- 230 sites et communautés de covoiturage ont été réalisés par des collectivités et des entreprises
- 18 000 trajets sont proposés chaque jour
- Entre janvier 2017 et janvier 2018, 111 % de trajets en plus ont été déposés sur la plateforme

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- iDVROOM a des partenariats avec des groupes importants, notamment des acteurs de la mobilité (SNCF, AREA, Renault...) qui permettent d'offrir des prestations supplémentaires aux usagers
- Offre multimodale avec des gares SNCF
- iDVROOM dispose d'une forte visibilité du fait de ses partenariats et que ce soit une filiale SNCF
- Moyens financiers importants

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- La majorité des lignes de covoiturage sont déjà desservies par la SNCF (exemple : ligne Bourgoin-Jallieu Lyon, ligne Valence Grenoble et ligne Lille Dunkerque).

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

En 2017, iDVROOM a remporté le Trophée de la « meilleure campagne publicité de l'année » aux Trophées de la Communication pour sa campagne publicitaire.

En 2018, iDVROOM a créé sa première plateforme de covoiturage à l'étranger pour le Grand-Duché du Luxembourg (sous forme de solution web et mobile) pour les travailleurs frontaliers du territoire. Celle-ci est actuellement en phase test pour les entreprises et sera ensuite ouverte au public dans plusieurs langues. Cet outil sera par ailleurs interconnecté aux transports en commun du Luxembourg.

D'après une interview du directeur de la SNCF fin 2017, la SNCF pourrait prochainement développer un assistant personnel de mobilité disponible 24h/24 combinant des offres de différents modes de transport (dont le covoiturage d'iDVROOM) pour proposer le meilleur itinéraire. Cet outil intégrerait le processus de réservation pour ne proposer qu'un seul billet et une seule réservation.

### CONTACT

[contact@idvroom.com](mailto:contact@idvroom.com)

### SITE WEB

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



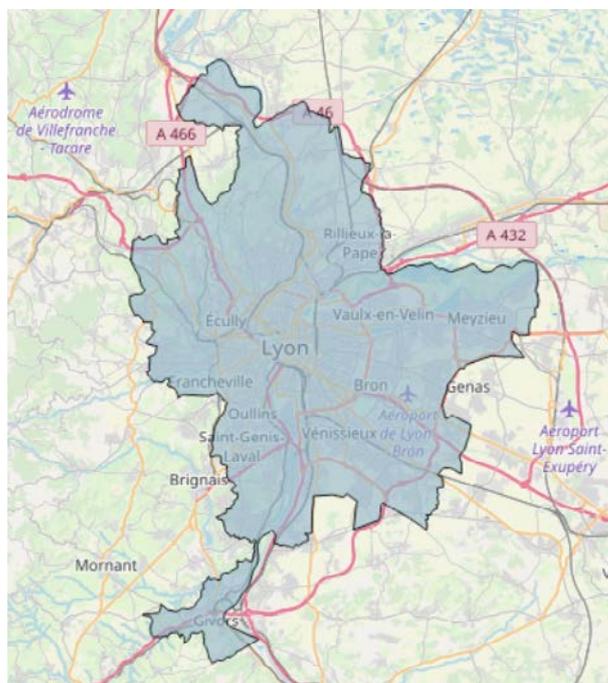


# FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

## TITRE DE L'ACTION

Covoiturage du Grand Lyon

## Localisation



## CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Créé en 2009, le Covoiturage Grand Lyon vise en premier lieu les déplacements réguliers pour du covoiturage quotidien, notamment les déplacements domicile-travail. Il a initialement été créé dans le cadre de la mise en œuvre des 17 plans de mobilité interentreprises (ex PDIE).

Le site propose de rejoindre des communautés de covoiturage réparties en trois grandes catégories : pour aller travailler (ex : Ville de Bron, Campus de la Doua, Veolia, etc.), une pour sortir (événements) et une dernière pour les loisirs et le week-end.

Le dédommagement des frais par le passager envers le conducteur se fait directement entre les covoitureurs, à leur appréciation.

L'utilisation du site se fait par un système d'annonces publiées par le conducteur et de réservation par le passager. Il faut être inscrit pour déposer une annonce et consulter les coordonnées des autres covoitureurs. Le site ne prend pas de commission sur les réservations.

## Budget, moyens humains

Entre 150 000€ et 200 000€ / an

3 à 4 personnes travaillent en animation et sur la gestion du site internet

## Maître d'ouvrage

Métropole de Lyon (public)

## Partenaires

Près de 600 établissements privés ou publics dont 40 ont un site dédié et comme prestataire La Roue Verte

## Date de mise en place

2009

## FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

## TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

## DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : 30,2 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

À ce jour, Covoiturage Grand Lyon ne propose pas de liaison avec les autres modes de transport mais il est prévu que les annonces soient répertoriées sur l'application [Optymod'Lyon](#), qui rassemble tous les modes de transport de la métropole en temps réel.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le site internet [Covoiturage Grand Lyon](#) met en relation les covoitureurs. Après inscription, le conducteur peut déposer une annonce pour un trajet. Le passager peut quant à lui chercher un trajet dans le moteur de recherche et le réserver. Lorsque deux personnes effectuent le même trajet, le site les met en relation avec une alerte email ou un SMS.

Sur le site internet, les entreprises du Grand Lyon disposent gratuitement d'un espace dédié où elles peuvent enregistrer les points d'accès de leur structure et consulter leurs statistiques.

Les annonces de Covoiturage Grand Lyon sont mutualisées avec celles de [Mov'Ici](#) (covoiturage dans la région Auvergne-Rhône-Alpes), elles sont donc répertoriées sur son site et inversement.

Il n'existe à ce jour pas d'application mobile mais le site est compatible avec les tablettes et les smartphones.

La Métropole de Lyon a recensé sur son territoire tous les parkings publics pouvant servir d'aire de covoiturage. Un jalonnement a été mis en place et ces infrastructures, comme celles des parcs relais, sont répertoriées sur le site internet.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Les employeurs sont démarchés activement par emailing, relances téléphoniques et plaquettes
- Différents supports sont mis à disposition des entreprises : affiches, brochures, kakémonos, supports numériques, cartes de visite, animations, goodies, etc.
- Covoiturage Grand Lyon est très actif sur les réseaux sociaux (comptes Facebook et Twitter régulièrement alimentés)
- Une campagne d'affichage publicitaire 4x3 a été mise en place dans la métropole en 2013
- En 2009 et en 2010, un challenge covoiturage a été organisé auprès des entreprises et, depuis, le challenge est devenu tous modes au niveau régional

## RÉSULTATS OBTENUS

En 2018, le site internet comptabilise 25 000 inscrits et il évite chaque jour la circulation de 968 véhicules. Parmi les inscrits, 22 % soit 4180 personnes covoiturent de manière régulière, avec en moyenne 4,6 trajets partagés par semaine et 2,41 personnes à bord.

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Un démarchage important auprès des employeurs du territoire
- Des animations en entreprises au contact direct des salariés
- Communication importante sur les réseaux sociaux et par affichage publicitaire
- Communication originale (BD, campagnes publicitaires décalées, etc.)
- Pas de frais de réservation
- Référencement sur le site de covoiturage de la région Mov'Ici et inversement

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Pas d'application mobile

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Tous les 2 ans, une enquête est réalisée auprès des inscrits du site. Cela donne lieu à un rapport d'évaluation complet. Des comptages ont également été réalisés sur certaines zones d'activités et devant des entreprises pour observer les usages.

Prochainement, un système d'avis entre covoitureurs va être mis en place.

Une expérimentation baptisée LANE avec des bornes et des aires de transfert est en cours sur un axe entre Lyon et les Portes de l'Isère (Autoroute A43); l'étude dira éventuellement si cela peut qualifier le covoiturage comme un service de transport.

## CONTACT

[covoiturage-grand-lyon@laroueverte.com](mailto:covoiturage-grand-lyon@laroueverte.com) ; [mfourot@grandlyon.com](mailto:mfourot@grandlyon.com)

## SITE WEB

[www.covoiturage-grandlyon.com](http://www.covoiturage-grandlyon.com)





## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Ehop covoiturage +

### Localisation



### Budget, moyens humains

Environ 300 000€ (79% de financement public et 21% de financement privé)

Président, directrice, bénévoles et équipe opérationnelle de 7 salariés

### Maître d'ouvrage

Association Covoiturage +

### Partenaires

Collectivités territoriales (Région, Départements, métropoles...), entreprises partenaires (Biocoop, EDF, Orange, La Poste...)

### Date de mise en place

2002

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Ehop covoiturage + a été créé en 2002 et est spécialisé dans les trajets domicile-travail en Bretagne et Pays-de-la-Loire.

L'association propose un service aux entreprises avec différents outils (veille législative, participation à des groupes de pilotage, enquêtes, diagnostic, animations auprès des salariés...).

Ehop n'interfère pas dans le paiement entre les covoitureurs, elle facilite leur mise en relation et ne prélève aucune commission. Le conducteur est libre de fixer le montant du partage des frais pour son trajet. Pour cela, il peut s'aider de l'éco-calculateur disponible sur le site internet.

Depuis 2015, l'association propose également le service « Ehop Solidaires » sur deux départements (et bientôt sur l'ensemble de la Bretagne – Loire-Atlantique): l'Ille-et-Vilaine et le Morbihan, dans le but d'aider à l'insertion des actifs en recherche d'emploi et/ou en formation. Le conducteur peut s'inscrire en tant que covoitureur solidaire et proposer des trajets. La plupart des covoitureurs solidaires ne demandent pas de participation financière. Le conducteur s'inscrit en ligne via le formulaire et s'engage ainsi à répondre dans les meilleurs délais à une demande de trajet.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: 30 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Ehop ne propose pas de lien avec les autres modes de transport tels que les transports publics. Cependant, lorsqu'il y a une demande de covoiturage dont le trajet est couvert par une offre de transports en commun, l'association renseigne et oriente le demandeur vers cette solution.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

L'inscription et l'utilisation du service (dépôt et recherche de trajet) se font en ligne sur le site [Ehop covoiturage +](#). Le service de covoiturage solidaire a par ailleurs son propre site: [Ehop Solidaires](#). Une assistance téléphonique gratuite est également disponible pour les utilisateurs.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Campagnes de communication (relai-presse, relai-radio, distribution de flyers, diffusion dans les bulletins municipaux, affichages dans les entreprises partenaires, mailings...)
- Communication régulière sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter)
- Assistance téléphonique avec une ligne dédiée aux usagers
- Participation de l'association à des colloques, séminaires et salons
- Animations auprès des salariés (depuis 2013): café covoit, « speed meeting du covoiturage », théâtre forum...
- Lancement du défi « 1 mois pour tester le covoiturage » en 2017 dans des zones inter-entreprises saturées (embouteillages importants et stationnement limité) à fort potentiel de covoiturage (pour que les salariés puissent tester le covoiturage sans s'engager)
- Garantie de retour pour les salariés des entreprises adhérentes
- Macarons covoitureurs pour les entreprises adhérentes qui ont mis en place des places de stationnement dédiées

## RÉSULTATS OBTENUS

- Moyenne de 1500 nouveaux inscrits par an depuis le lancement
- En 2017: 1700 nouveaux inscrits, 1800 mises en relation sur le département de l'Ille-et-Vilaine, 1250 trajets solidaires effectués et plus de 850 conducteurs solidaires.
- Au défi inter-entreprises de 2017: 14 entreprises engagées, 233 inscrits et 100% des équipes souhaitant continuer à covoiturer
- Plus de 12 000 inscrits au service en 2018

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- À l'écoute des utilisateurs avec des enquêtes et des adaptations en fonction des retours
- Communication et animation importante et variée
- Pas de frais de mise en relation
- Large réseau de partenaires (entreprises, collectivités territoriales...)
- Évènements fédérateurs comme le défi covoiturage

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Pas d'application mobile (de potentiels usagers en moins et une moins bonne praticité)

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

Ehop fait régulièrement des enquêtes qui lui permettent d'évaluer la pratique et de faire évoluer le service. Elle souhaite que celles-ci deviennent désormais annuelles.

Porté par l'association, le groupe projet « Ehop Ultra Local », constitué de deux territoires d'expérimentation partenaires, des institutions universitaires et des acteurs de l'inclusion sociale de proximité, travaille sur les enjeux d'accès aux biens et aux services en zone peu dense. Le test de ce projet et son possible développement se font en 2018. Ce projet concerne les déplacements quotidiens hors domicile-travail.

En 2018, l'association accompagne le projet de plateforme régionale (site en ligne) de covoiturage OuestGo, une plateforme open source de covoiturage de proximité qui sera la référence en Bretagne et Pays de la Loire pour le covoiturage de proximité (domicile-travail, solidaire et événementiel). Ehop va se séparer de son site internet et travaillera avec OuestGo.

### CONTACT

[contact@ehop-covoiturage.fr](mailto:contact@ehop-covoiturage.fr)

### SITE WEB

[www.ehop-covoiturage.fr](http://www.ehop-covoiturage.fr) ; [www.ehop-solidaires.fr](http://www.ehop-solidaires.fr)



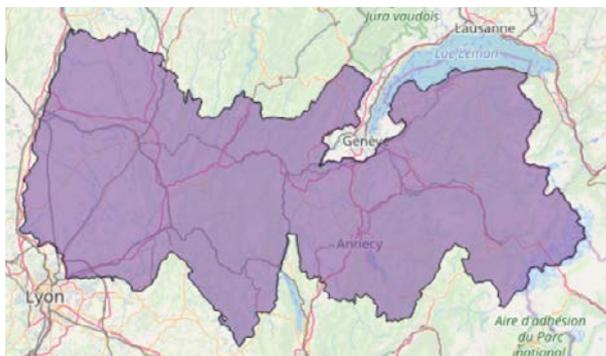


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Covoiturage Léman

### Localisation



### Budget, moyens humains

950 000 € pour la première phase de projet (2013-2015) dont 505 000€ côté français (avec des fonds européens) et 445 000€ côté suisse

### Maître d'ouvrage

Département de Haute-Savoie (chef de file français), Groupement Local de Coopération Transfrontalière Transports Publics (chef de file suisse)

### Partenaires

Département de l'Ain et Région du Chablais (en France) et Canton de Vaud, République et Canton de Genève et Canton du Valais (en Suisse)

### Date de mise en place

2013

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Le projet « Covoiturage et mobilité autour du bassin lémanique » est issu d'un programme européen transfrontalier INTERREG entre la France et la Suisse, qui vise à promouvoir le covoiturage auprès des habitants et des travailleurs du bassin lémanique. Il cible principalement les frontaliers aux déplacements pendulaires dans un territoire engorgé et à forte croissance démographique.

Le moteur de recherche centralise toutes les offres de covoiturage sur le territoire du Bassin lémanique, c'est-à-dire la zone transfrontalière franco-suisse se composant de l'Ain, de la Haute-Savoie (en France) et des cantons de Genève, Vaud et du Valais (en Suisse). Aucune offre n'est donc posée directement sur le site mais différents sites y sont répertoriés : Mov'ici (région Auvergne-Rhône-Alpes), le site de covoiturage de l'Arc jurassien, celui de l'Ain, de Haute-Savoie et des sites de covoiturage suisses.

Le projet de Covoiturage Léman a initialement débuté en 2013 pour une période de 2 ans, puis il a été prolongé en 2015.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement : **NC**

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Le projet de covoiturage Léman ne prévoit pas de lien avec d'autres modes de transport tels que les transports publics.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [site internet](#) répertorie les offres de covoiturage du Bassin lémanique (à partir de plusieurs bases de données françaises et suisses). Il donne des informations sur la pratique du covoiturage (avantages, assurance, retard, frais...) et comporte une carte interactive avec les aires de covoiturage et les pacs relais. Le site contient également un espace consacré à la sensibilisation au covoiturage avec des outils de communication mis à disposition (visuels, spots radio et vidéo) et, pour les entreprises souhaitant promouvoir le covoiturage en leur sein, un guide avec des conseils pratiques.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Une grande campagne de communication a été lancée au démarrage du projet : spots radio, vidéos, flyers papiers et numériques, réseaux sociaux, site internet... (une campagne « positive » n'ayant pas pour but de culpabiliser l'auto-soliste)
- Animations dans des entreprises suisses (distribution de flyers, stands d'animation, animations sur les parkings...)
- Campagnes de communication variées et récurrentes
- Des outils de communication sont mis à disposition sur le site internet (visuels, spots radio et vidéo)
- Les entreprises qui s'associent au projet doivent s'engager à désigner un interlocuteur au sein de l'entreprise, à diffuser des informations relatives au programme et/ou à accueillir des animations et à faire des retours d'expérience

## RÉSULTATS OBTENUS

- 15 000 recherches de trajets sur les 4 premiers mois d'ouverture du site internet
- Une cinquantaine de retombées presse suite à la conférence de lancement de la campagne
- Environ 3500 visites par mois sur la plateforme depuis son lancement

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Communication variée et décalée
- Territoire pertinent : zone transfrontalière très engorgée qui n'avait pas de plateforme commune aux deux pays
- Site internet facile d'utilisation
- Kit de communication offert aux entreprises

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Pas de présence sur les réseaux sociaux
- Les offres de covoiturage dépendent d'autres sites
- Aucune infrastructure du type aire de covoiturage n'a été développée

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

NC

## CONTACT

[media@hautesavoie.fr](mailto:media@hautesavoie.fr) ; [communication@hautesavoie.fr](mailto:communication@hautesavoie.fr)

## SITE WEB

[www.covoiturage-leman.org](http://www.covoiturage-leman.org)

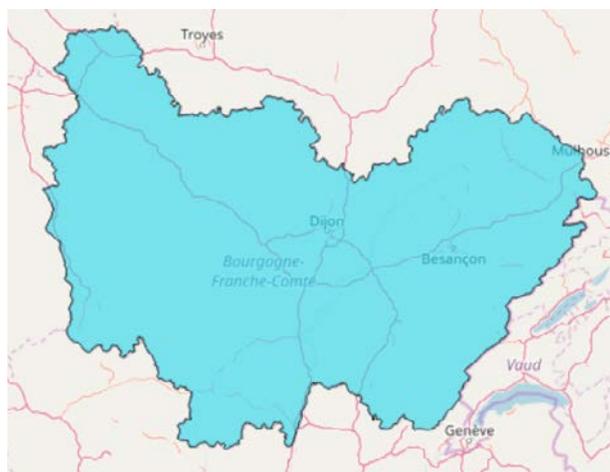


## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Mobigo covoiturage

### Localisation



### Budget, moyens humains

NC

### Maître d'ouvrage

Région Bourgogne-Franche-Comté (public)

### Partenaires

Entreprises, collectivités de la région et événements

### Date de mise en place

2011

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Mobigo covoiturage est un service de covoiturage mis en place par la Région Bourgogne-Franche-Comté pour ses habitants. Il n'est donc pas seulement dédié au covoiturage de courte-distance.

Le passager et le conducteur sont mis en relation par le site internet et/ou l'application mobile grâce à un système d'annonces. Le conducteur poste une annonce précisant son lieu de départ, sa destination et ses horaires. Le passager dispose quant à lui du moteur de recherche pour trouver une annonce correspondant à son besoin de déplacement.

Aucune commission n'est prélevée par Mobigo. Au dépôt de son annonce, le service propose au conducteur un tarif en fonction de son trajet (détour compris) selon le coût moyen des carburants et selon le barème kilométrique en vigueur. Le paiement du passager vers le conducteur peut s'effectuer en espèces ou en ligne via le porte-monnaie électronique.

À la fin de chaque trajet, une évaluation des covoitureurs est proposée, visible ensuite par les autres membres.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: NC

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Si aucune solution de covoiturage ne peut être proposée, le site internet présente les offres de trajet en transports en commun

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [site internet](#) est une composante, pour le covoiturage, du site d'information multimodale Mobigo, de la région Bourgogne-Franche-Comté. Il informe sur le service, propose le dépôt et la recherche d'annonces, d'événements, de communautés et il répertorie les aires de covoiturage de la région sur une carte. Il existe également une application mobile qui propose les mêmes outils.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Partenariats avec des entreprises, des collectivités et des événements
- Site internet disponible en version anglophone

## RÉSULTATS OBTENUS

En 2018, plus de 6000 personnes sont inscrites sur le site de covoiturage et une trentaine de communautés ont été créées

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Potentiel important par sa visibilité (Région porteuse du service) et le large public concerné
- Communautés par territoire ou par entreprise/parc d'activités/lieu d'étude qui peuvent aider à fédérer des usagers dans un premier temps
- Différents types de covoiturage (programmé, spontané, régulier...)
- Offre de transports multimodale sur le site internet et l'application mobile

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Pas assez de communication à propos du service, aucune présence sur les réseaux sociaux
- Communautés qui ne sont pas actives (aucun trajet proposé et peu d'adhérents)
- Le site internet pourrait être plus attractif visuellement
- Risque de chevauchement avec des offres de BlaBlaCar sur certains trajets (par rapport à l'échelle du territoire concerné par le service)

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

La région juge ses résultats depuis 2011 globalement insuffisants, à cause notamment d'un manque de communication et d'animation autour du covoiturage (besoin de relais locaux forts, de challenges covoiturage, d'une présence sur les réseaux sociaux, etc.)

Le SIM (Système d'Information Multimodale) régional Mobigo aura une nouvelle version mise en service fin 2018 qui intégrera directement les offres de covoiturage dans les recherches d'itinéraires. Elle proposera également des itinéraires en temps réel et des fonctionnalités inhérentes aux déplacements (boutique en ligne, gestion relation client, centrale d'appel unique, etc.) dans le but de faciliter la mobilité des habitants au travers des différents types d'offres de déplacement.

## CONTACT

[covoiturage@bourgognefranche-comte.fr](mailto:covoiturage@bourgognefranche-comte.fr)

## SITE WEB

<http://covoiturage.viamobigo.fr>



## FICHE BONNE PRATIQUE EN MATIÈRE DE COVOITURAGE

### TITRE DE L'ACTION

Rezo Pouce

### Localisation



### Budget, moyens humains

Budget de 10 000€ sur 3 ans pour une collectivité de moins de 10 000 habitants, 17 000€ pour une collectivité de 10 000 à 50 000 habitants et de 25 000€ pour une collectivité de plus de 50 000 habitants

Équipe de 6 salariés

### Maître d'ouvrage

Rezo Pouce (association et société coopérative d'intérêt collectif)

### Partenaires

Collectivités locales, entreprises privées (Transdev Groupe, Macif et Fondation Macif) et associations (Ecomobilité Savoie-Mont-Blanc)

### Date de mise en place

2010

### CONTEXTE ET DESCRIPTION DE L'ACTION

Rezo Pouce est un réseau qui structure la pratique de l'autostop dans le but de faciliter la mobilité dans des territoires ruraux ou péri-urbains et de favoriser le lien social. L'association accompagne les collectivités qui souhaitent déployer le réseau sur leur territoire. Ainsi, elle forme ou un plusieurs agents de la collectivité afin qu'il(s) puisse(nt) dupliquer et animer le réseau de façon autonome. Les collectivités sont accompagnées pendant toute la phase de mise en place et sur toute la durée du partenariat. L'adhésion pour les conducteurs et autostoppeurs peut se faire sur internet ou dans les lieux relais disponibles sur le territoire. Pour trouver un conducteur, le passager se rend à un arrêt sur le Pouce avec sa fiche destination. Le conducteur est identifié par le macaron Rezo Pouce collé sur son pare-brise. Conducteur et passager peuvent, lorsqu'ils sont ensemble dans la voiture, se présenter mutuellement leur carte membre. La participation aux frais n'est pas requise mais une compensation aux frais d'essence est conseillée lors de trajets longs ou réguliers (de l'ordre de 0,05€/km). Rezo Pouce est né sous l'impulsion de huit collectivités. Il est aujourd'hui déployé dans plus de 600 communes, et le sera dans plus de 1 100 communes d'ici fin 2018 à travers le territoire français.

### FORME DE COVOITURAGE

- Systématique programmé
- Occasionnel programmé
- Occasionnel instantané

### TYPE DE COVOITURAGE

- domicile-travail
- études
- tourisme

### DISTANCE

- courte distance
- longue distance

Distance moyenne parcourue du déplacement: 15 km

## INTÉGRATION, LIEN AVEC LES AUTRES MODES DE TRANSPORT

Rezo Pouce ne prévoit pas de lien avec d'autres modes de transport mais chaque territoire dans lequel le réseau est développé dispose d'une fiche mobilité comprenant des informations sur tous les autres modes de transport disponibles sur le territoire.

## PRÉSENTATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES, SITE INTERNET

Le [site internet](#) présente le réseau et permet aux conducteurs et autostoppeurs d'y adhérer et, pour les collectivités, de s'y abonner.

Des arrêts sur le Pouce ponctuent le territoire dans lequel le réseau est développé. Ceux-ci sont localisés en fonction d'études conjointes avec les collectivités, pour qu'ils soient le plus pertinents possible.

L'application mobile est réservée aux membres de la communauté Rezo Pouce. Elle montre en temps réel les conducteurs ou les passagers aux alentours et ayant la même destination. Le passager visualise les arrêts et peut saisir sa destination, ce qui la rend visible aux conducteurs du réseau. Il peut ensuite répondre aux propositions, accéder au profil de ces derniers, et suivre leur arrivée (avec une estimation du temps d'attente). Le conducteur, lui, visualise les arrêts et les autostoppeurs en attente autour de lui, il peut aussi calculer l'itinéraire jusqu'à un arrêt et proposer à un autostoppeur de le récupérer au passage.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INCITATION MISE EN ŒUVRE

- Rezo Pouce propose aux collectivités un accompagnement personnalisé selon leurs attentes (définition des arrêts, formation de référents territoriaux, outils d'animation...) et une mise en service en 4 à 6 mois
- Forte activité de communication sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube)
- Partenariat avec la Macif qui permet l'assistance au conducteur ou à l'autostoppeur pour tout problème lié au véhicule (excepté la panne d'essence)
- Organisation d'un colloque annuel à Moissac avec les différents réseaux d'autostop organisés

## RÉSULTATS OBTENUS

- Dans 1 cas sur 2, le départ se fait en moins de 5 minutes, et dans 9 cas sur 10, en moins de 10 minutes
- Dans le parc naturel régional (PNR) des Grands Causses, 4,5 % des habitants sont inscrits à Rezo Pouce
- En 2018, plus de 1 100 communes françaises ont développé ou développent le réseau d'autostop sur leur territoire

## POINTS FORTS, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Rezo Pouce permet de lever les barrières psychologiques liées à l'autostop : l'encadrement de la pratique permet de tester l'autostop et le partage de véhicule sans crainte
- Des enquêtes auprès des habitants sont réalisées avant et après la mise en place de Rezo Pouce
- L'association est très présente sur les réseaux sociaux
- Le site internet est attractif et complet, avec une cartographie interactive de qualité
- Les fiches mobilité de chaque territoire du réseau sont très complètes (localisation du territoire, carte avec les arrêts, informations sur les autres modes de transport, informations de contact...)
- Application mobile qui fonctionne en temps réel

## POINTS DE VIGILANCE, PRÉCAUTIONS À PRENDRE, ADAPTATIONS NÉCESSAIRES

- Il pourrait être intéressant de développer des actions spécifiques pour promouvoir l'autostop sur des trajets domicile-travail ou domicile-études.

## ÉVALUATION - MODALITÉS DE CONTRÔLES ET DE SUIVI, INDICATEURS DE RÉSULTATS ET D'IMPACTS

L'association a lancé en 2018 une étude sur l'autostop (sous forme de questionnaire), qui s'adresse à la fois aux acteurs de la mobilité et aux usagers ou usagers potentiels de Rezo Pouce. Elle vise à évaluer le réseau pour l'améliorer.

Par ailleurs, Rezo Pouce projette d'atteindre 2 000 communes adhérentes d'ici la fin de l'année 2018

### CONTACT

[contact@rezopouce.fr](mailto:contact@rezopouce.fr)

### SITE WEB

[www.rezopouce.fr](http://www.rezopouce.fr)

