

Journée du GERPISA n°210, Jeunes chercheurs

Les nouvelles mobilités

Vendredi 4 avril 2014, 14h-17h

ENS Cachan, Pavillon des Jardins, RDC, salle des conférences

61, avenue du Président Wilson, Cachan

(RER B, Bagneux)

Discutant :

Bruno FAIVRE D'ARCIER

Professeur, Laboratoire d'Economie des Transports, Université de Lyon

bfdarcier@let.ish-lyon.cnrs.fr

Les entreprises face à l'automobilité :

**Eclairages sur l'usage et la gestion des flottes automobiles
par les entreprises en région Ile-de-France**

Virginie BOUTUEIL (et Fabien Leurent)

Ingénieur des Ponts, des Eaux et des Forêts, École des Ponts ParisTech –

LVMT(Laboratoire Ville Mobilité Transport)

virginie.boutueil@enpc.fr

Dans un contexte de marché automobile déprimé, les ventes de véhicules neufs aux flottes d'entreprises démontrent une relative résilience aux fluctuations économiques. Elles représentent aujourd'hui 32% des ventes de voitures particulières et véhicules utilitaires légers neufs (hors flottes des loueurs courte durée et canaux « tactiques » des réseaux de distribution des constructeurs) et sont considérées comme un vecteur privilégié d'introduction d'innovations sur le marché automobile, qu'il s'agisse d'innovations technologiques (cf. le véhicule électrique, VE) ou d'innovations d'usage (cf. l'autopartage, AP). Pourtant, les pratiques d'usage et de gestion des flottes automobiles d'entreprises sont à ce jour peu documentées dans la littérature académique.

Par le biais d'une démarche exploratoire reposant sur une enquête conduite auprès de 44 décideurs et gestionnaires de flottes d'entreprises implantées en région Ile-de-France, la présente recherche poursuit trois objectifs : *i*) appréhender qualitativement la composition et les usages des flottes d'entreprises (en distinguant notamment les véhicules de service des véhicules de fonction) ; *ii*) identifier les pratiques et les contextes favorables à l'introduction en flotte d'innovations telles que le VE ou l'AP ; *iii*) étayer la réflexion sur les leviers d'action pour stimuler l'adoption des innovations par les clients flottes.

L'expérimentation du véhicule électrique comme instrument du marché. Une comparaison des projets co-financés de l'Union Européenne depuis 2007

Julia Hildermeier

Doctorante IDHE, ENS Cachan
julia.hildermeier@ens-cachan.fr

Depuis 2007, l'Union Européenne a cofinancé le développement de la voiture électrique sous forme d'expérimentations dans les villes européennes. Sans que se dessinent un marché de masse, ni de voie majeure d'intégration de véhicules électriques [VE] dans celui-ci, cet instrument de soutien devient un élément clé de création de marché. Mais à présent il est marginal et peu coordonné: avec environ 400 Mio €, l'UE a fait émerger, par des projets locaux, des « visions » bien différentes d'une future mobilité électrique, du simple test d'un prototype à des systèmes de transport intermodaux. L'étude présentée ici s'appuie sur une première analyse de 130 projets qui reflète les rapports de pouvoir et modèles d'usage existants dans le secteur : une forte domination des entreprises et instituts de recherche allemands d'une part, et des projets de R&D ainsi qu'un mode d'usage individuel d'autre part. Pourtant, nous verrons qu'une partie des projets consacrés à l'usage partagé (type « Autolib' ») voir intermodal (type « Multicity ») des voitures électriques permet d'entrevoir d'autres voies de développement pour le secteur. A partir de cette étude, une réflexion de l'impact des instruments de soutien comme moyen de changement institutionnel dans le secteur sera présentée.

Changer l'industrie par le marché : la construction sociale du marché de la voiture électrique en France et en Europe

Axel VILLAREAL

Doctorant, Sciences Po Bordeaux
axel.villareal@ens-cachan.fr

En partant de l'analyse de la construction récente du marché des voitures électriques en France et en Europe, ce travail s'interroge sur les facteurs susceptibles de faire « changer » les structures de l'industrie automobile et sur le poids de l'innovation dans le fonctionnement *in vivo* du secteur. Pourquoi la voiture électrique a-t-elle émergé comme une solution d'avenir pour les constructeurs automobiles ? Comment le marché s'est-il structuré et quels effets sa construction a-t-il produit ? Nous nous attacherons à montrer que la réapparition de la voiture électrique au sein de l'industrie automobile est à la fois le fruit de logiques politiques intra et inter-firmes et la conséquence d'une reconfiguration profonde de la hiérarchie des acteurs au sein du marché mondial. En analysant les tenants et aboutissants du marché des VE, nous évaluerons l'importance des régulations politiques et économiques de l'industrie en plaçant l'étude des représentations au centre de notre travail.