

67 Millions ... Mobility : d'une idée écolo alternative au succès commercial

L'économie de la fonctionnalité

Perruchoud Antoine, prof. HES-SO Valais, Responsable Institut Entrepreneuriat & Management

67 millions de CHF c'est le chiffre d'affaires d'une entreprise suisse qui à la fin des années 90 a misé sur l'auto-partage ou le co-voiturage. Cette société qui a vu son bénéfice grimper d'environ 20 % (1.6 mio de CHF) en 2010 se nomme Mobility. C'est un peu notre Victorinox du co-voiturage. D'ailleurs, au niveau international, le modèle Mobility a inspiré Zipcar. Cette société basée à Boston est désormais leader outre-Atlantique du partage de voitures.

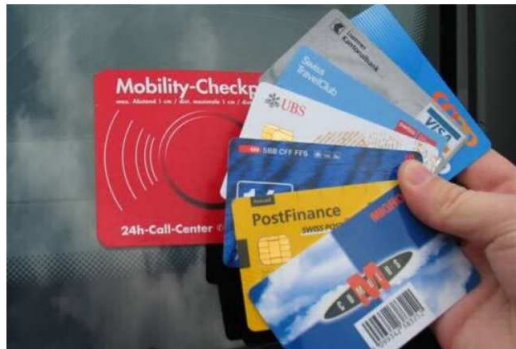
Pourquoi mettre en avant aujourd'hui le succès de Mobility? Il faut dire qu'en 1987, peu de personnes auraient misé sur les fondateurs que l'on considérait alors comme une équipe d'« écolos-alternatifs ». Grâce à leur esprit pionnier et leur persévérance, ils démontrent que performances écologiques et économiques sont tout à fait compatibles malgré des à priori culturels très forts dès que l'on parle de voiture : « *On ne peut nier que la possession d'automobiles représente aujourd'hui une norme sociale et qu'il existe en quelque sorte un « habitus collectif » quant à la présence d'au moins une voiture par ménage. D'une certaine manière, selon les représentations dominantes, ne pas avoir de véhicule personnel, cela revient à être **confiné dans un statut d'individu "inférieur"** ».* (Mobility CarSharing Suisse : l'auto-partage, innovation majeure pour le développement des services d'automobilité, M. Flamm, 2006)

Quels sont les facteurs de succès de cette entreprise qui emploie désormais près de

200 collaborateurs et qui a vu son nombre d'utilisateurs être multiplié par 10 en dix ans pour approcher la barre des 100'000 en 2011! Sous l'angle écologique, outre l'effet de réduction du trafic, les clients qui ont opté pour l'auto-partage auraient contribué à une réduction de 16'000 tonnes de CO2 sur l'année 2010.

Trois éléments clés peuvent expliquer la réussite du modèle d'affaires proposé par Mobility :

- La convivialité du service : grâce à une carte à puce et une infrastructure numérique de réservation online, on arrive à un taux de plus de 95 % de transactions digitalisées. La démocratisation d'internet et la diffusion de technologies comme les puces RFID ont permis de flexibiliser et de faciliter l'accès à une voiture partagée.
- De très forts partenariats de distribution : Mobility s'est associée avec des entreprises suisses leader d'un secteur et disposant d'un pouvoir de marché très important, comme la Migros dans le commerce de détail ou Cornercard dans le secteur des cartes de crédit.
- Une proposition de valeur multi modale : l'objectif de Mobility s'est très vite orienté sur la complémentarité des moyens de transport : voiture – train – vélo. Dans ce sens, l'entreprise a signé des accords stratégiques avec les CFF et Velopass. Avec une seule carte, il est possible d'accéder à un réseau de vélos et voiture en libre-service dans toute la Suisse.



Avec toutes ces cartes en main : Mobility + CFF + Vélopass + Migros cumulus + Cornercard, etc. le client a désormais le choix d'acheter une voiture ou de **payer à l'usage l'accès à la fonction « je me déplace »**. Pour certains économistes et philosophes, **l'économie de la fonctionnalité** constitue une alternative à un modèle uniquement basé sur le principe de la propriété (cf. Jeremy Rifkin, « l'âge de l'accès » Editions La Découverte 27 avril 2005). L'expérience de cet accès sera d'autant plus comparable à la liberté de « posséder » dès lors que toutes ces cartes seront fusionnées en une seule capable de gérer les accès et les paiements de tous les modes de transport. Dans l'absolu, même cette carte unique sera inutile puisque intégrée dans le Smartphone de tout un chacun. Ce terminal internet portable devient une interface intuitive et intelligente entre un client et une fonction de type « je me déplace », « je me nourris », « je me divertis », « je prends soin de moi », etc.

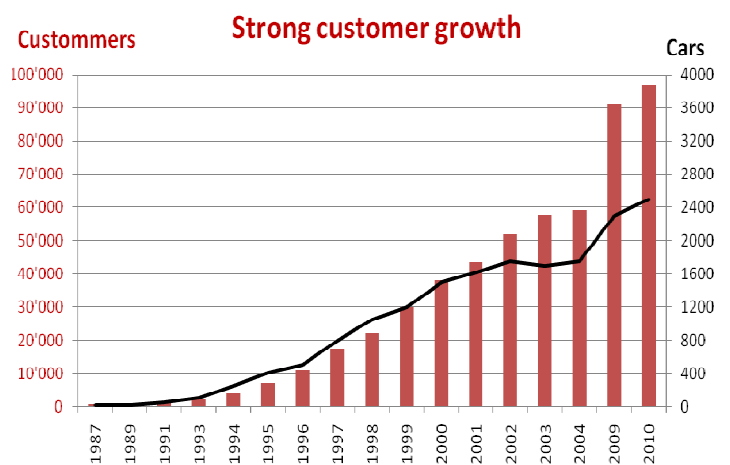
Pour être concret, un habitant de la commune de Savièse qui doit durant la semaine se rendre régulièrement à Lausanne pourrait comme alternative à l'achat d'un véhicule personnel envisager un service transport multimodal qui combine des voyages en train, en voiture partagée et en vélo pour le dernier kilomètre. En cherchant à satisfaire son besoin de déplacement plutôt que son besoin de posséder une voiture, le client privilégie une valeur ajoutée qui est axée sur **« l'expérientiel »** et non plus **« le matériel »**. De plus, la fonction « je me déplace » est facilement modulable en mode « luxe », « famille », « pendulaire » cela en fonction du moment de vie.

Grâce à certains entrepreneurs qui prennent des risques malgré des normes sociales et culturelles très fortes, on peut dépasser les concepts et les théories. Une économie de fonctionnalité émerge. Elle est basée sur des modèles d'affaires qui performe aussi bien sous l'angle écologique, économique que social ... des business model durable !

Ancré dans la HES-SO Valais, l'Institut Entrepreneurship & Management (IEM) est un institut de recherche reconnu pour ses compétences dans le développement d'outils de management novateurs. L'institut agit comme un catalyseur régional pour renforcer la capacité d'innovation, stimuler l'entrepreneuriat et améliorer la compétitivité du tissu économique et institutionnel.

Vous avez la possibilité de poursuivre cette discussion sur notre blog à l'adresse suivante :

www.iemvalais.ch/les-chroniques-de-canal-9/



Adapté du document :
Reiner Langendorf
2nd Forum Car sharing, Rome, 13th July 2005