



**Les initiatives de
marketing individualisé:
un objectif de service
public ou de massification
du report modal?
Du conseil en mobilité
« humanisé » à un
accompagnement personnalisé
« automatisé »**

Anaïs ROCCI

Objectifs des démarches VTBC

Voluntary Travel Behaviour Change Programs



- + Accompagnement personnalisé
- + Incitation à expérimenter
- + Information ciblée

ENJEUX

Vers une généralisation:

- + Réduction des coûts
- + Déploiement à grande échelle
 - s'appuyer sur la technologie

DÉMARCHE

Mesure « Soft » de management de la mobilité

→ Optimisation de l'offre existante

- + Cibler des personnes ayant des dispositions favorables
- + Encourager l'usage de modes alternatifs de manière volontaire
- + Accompagner l'utilisateur dans une démarche de connaissance et d'expérience des offres alternatives
- + L'aider à franchir les étapes du processus de changement et à passer des intentions aux actes



UN PROGRAMME D'INCITATION AU CHANGEMENT DE COMPORTEMENT AUTOMATISÉ



OBJECTIFS

- Généraliser et automatiser les démarches d'accompagnement au changement
- Massifier le report modal
- Optimiser les offres de mobilité existantes
- Evaluer et mesurer les changements de comportements de mobilité à un niveau individuel et collectif

FONCTIONNEMENT

- Focus sur les déplacements domicile-travail
- 3 questionnaires (état 0; 2 mois; 6 mois)
- Un bilan personnalisé (coût, temps, émissions)
- Des éléments de comparaison
- Des conseils individualisés sur les avantages de solutions alternatives
- Offres de test en complément





RAPPORT COÛT-EFFICACITÉ

- + Des dispositifs efficaces aux effets pérennes, mais des limites liées aux moyens humains engagés
- + Un enjeu de massification du report modal et de généralisation de ces dispositifs
- + Les nouvelles technologies: un potentiel à exploiter

QUESTIONS EN SUSPEND

- + Comment assurer un recrutement massif de participants volontaires?
- + Quelle efficacité de la technologie (et des algorithmes) par rapport à l'humain?

- **Quels objectifs donner au dispositif?**
 - Action de communication/ marketing?
 - Service de conseil en mobilité?
 - Report modal massif?
- **Quels outils incitatifs proposer?**
 - Acte d'engagement
 - Challenge / *gamification*
 - Bilan personnalisé
 - Information ciblée
 - Conseil personnalisé
 - Offre d'essai
- **Quel protocole d'évaluation?**



6t-bureau de recherche

58 rue Corvisart

75013 Paris

Tel : +33 1 53 09 26 36

Marion.lagadic@6-t.co

Nicolas.louvet@6-t.co

Anais.rocci@ademe.fr

www.6t.fr

www.6t.fr/blog

Twitter @6tRecherche

info@6-t.co