

## Le MaaS en Europe : enseignements des expériences d'Helsinki, Vienne et Hanovre




Résumé de l'étude - Décembre 2019

Souvent présenté comme un outil permettant de révolutionner l'usage des services de mobilité, le MaaS désigne des services numériques permettant aux voyageurs d'accéder à une vaste gamme de services de transports. Cette fiche récapitule les éléments clés des expériences de trois agglomérations pionnières du MaaS en Europe : Helsinki (Whim), Vienne (WienMobil) et Hanovre (Mobilitätsshop).


### Le concept de MaaS

Le principe du MaaS consiste à combiner différents services de transport dans une même offre. Dans l'acception la plus commune du concept, il s'agit d'un système intégré reposant sur une application pour smartphone, proposant l'information, la réservation, l'achat et la validation du titre de transport, pour un panel de services de mobilité le plus étendu possible. Cela passe par un compte unique où le voyageur définit son profil et ses préférences et gère ses achats et ses paiements pour l'ensemble des modes.


### Des bénéfices attendus nombreux

	<b>Pour les collectivités locales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faciliter l'accès aux différents services de mobilité</li> <li>Favoriser le report modal de l'autosolisme vers d'autres modes</li> <li>Limiter l'usage et la place de la voiture, limiter les émissions polluantes</li> <li>Améliorer l'inclusion sociale</li> <li>Collecter des données plus précises sur les pratiques de mobilité</li> </ul>
	<b>Pour les opérateurs de transports</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposer de nouveaux canaux de vente et d'information, de nouveaux produits tarifaires</li> <li>Faciliter l'intermodalité pour pouvoir proposer des offres de porte à porte</li> <li>Fidéliser la clientèle et renforcer l'utilisation des services</li> </ul>
	<b>Pour les voyageurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir un accès simplifié aux différents services de mobilité</li> <li>Avoir une information complète et objective pour choisir son mode de transport</li> <li>Bénéficier d'un confort accru</li> </ul>


**Les clientèles cibles des offres de MaaS**



Utilisateurs de la voiture individuelle



Voyageurs multimodaux





Touristes

Les offres de MaaS ciblent une petite partie de la population et le nombre d'utilisateurs reste limité (quelques dizaines de milliers de personnes à Helsinki, quelques milliers à Hanovre). Deux visions s'opposent pour en démocratiser l'usage :




- Faire d'une application de MaaS l'application de référence pour toute la clientèle des transports publics
- Multiplier les offres et les packages de services adaptés à des clientèles spécifiques

### Un degré d'intégration variable

La nature des services de mobilités inclus dans l'offre MaaS varie d'un exemple à l'autre. Dans tous les cas, l'intégration n'est jamais totale et certains services sont exclus des offres MaaS.

	<b>Transports publics</b>	Systématiquement inclus : la composante essentielle de toutes les offres de MaaS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Information</li> <li>Réservation</li> <li>Achat et validation du titre de transport</li> </ul>
	<b>Autres services de mobilité</b>	Au cas par cas : suivant la stratégie de l'opérateur de MaaS et des opérateurs de services de mobilité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Information : toujours possible</li> <li>Réservation : au cas par cas</li> <li>Achat et validation : au cas par cas</li> </ul>

Plusieurs types de formules d'accès aux services de mobilité coexistent :




	<b>Achat à l'unité</b>	Formule la moins intégrée et la plus courante	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formule sans abonnement</li> <li>• Achat du titre de transport à l'unité avant chaque voyage</li> </ul>
	<b>Abonnement</b>	Formule intermédiaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abonnement au réseau de transport public</li> <li>• Achat à l'unité pour les autres types de services</li> </ul>
	<b>Package de services</b>	Formule la plus intégrée et la moins répandue	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forfait tout compris</li> <li>• Inclut un accès illimité à une gamme de services</li> <li>• Tarif potentiellement très élevé</li> </ul>

**Les facilitateurs techniques d'une démarche MaaS**

	Système de mobilité diversifié et performant		Systèmes billettiques ouverts		Infrastructures d'échanges de données		Couverture téléphonie mobile ou WiFi
---	--	---	-------------------------------	--	---------------------------------------	---	--------------------------------------




### Des principes de gouvernance contrastés

Il existe plusieurs modèles d'organisation et de gouvernance de la démarche MaaS. Parmi les principaux :

	<b>Intégrateur commercial</b>	Accords bilatéraux entre l'opérateur de MaaS et les opérateurs de transport	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas d'intervention directe de la collectivité</li> <li>• Concurrence possible entre opérateurs de MaaS</li> <li>• Aucune maîtrise du MaaS par la collectivité</li> <li>• Cadre propice à l'innovation</li> </ul>
	<b>Plate-forme publique ouverte</b>	Plate-forme intégrant les différents services de mobilité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervention de la collectivité pour créer la plate-forme</li> <li>• Concurrence possible entre opérateurs de MaaS</li> <li>• Maîtrise partielle du MaaS par la collectivité</li> </ul>
	<b>Intégration par l'opérateur de transport</b>	Aggrégation de services en commençant par ceux proposés par l'exploitant des transports publics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervention forte de la collectivité via son opérateur</li> <li>• Monopole de la solution MaaS par l'opérateur de transport</li> <li>• Maîtrise du MaaS par la collectivité (offres, stratégies...)</li> <li>• Cadre moins propice à l'innovation</li> </ul>

### Un équilibre économique difficile à atteindre

La question du modèle économique est un point sensible pour les démarches de MaaS :

	<b>Pour les collectivités locales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investissement a minima pour ouvrir les données</li> <li>• Investissement plus lourd si la collectivité crée son propre service de MaaS</li> <li>• Une opportunité pour accompagner les politiques publiques de mobilité</li> </ul>
	<b>Pour les opérateurs de transports</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une opportunité pour toucher une nouvelle clientèle</li> <li>• Une opportunité pour externaliser certaines charges (relation client, facturation...)</li> <li>• Un manque à gagner potentiel sur les prestations vendues par l'opérateur de MaaS</li> </ul>
	<b>Pour l'opérateur de MaaS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des coûts de développement, de maintenance, de communication, de transaction...</li> <li>• Des marges faibles ou nulles sur les ventes de prestations des opérateurs de transport</li> </ul>

### Des résultats à consolider en termes de changements de pratiques

Les évaluations des effets du MaaS sur la mobilité sont peu nombreuses. Si quelques premiers éléments montrent des effets positifs, il n'est pas possible de se prononcer pour l'heure sur la capacité du MaaS à casser les routines de déplacement et à réellement favoriser un report modal vers des modes alternatifs à l'autosolisme.

Cette fiche a été rédigée par David Dubois (Cerema Centre-Est), sur la base des travaux réalisés par Alicia Aliaga, Géraldine Bonnet, David Dubois (Cerema Centre-Est), Emmanuel Delamarre (Cerema Sud-Ouest), Laurent Chevereau et Cécile Clément-Werny (Cerema Territoires et Ville).

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

Crédits Pictogrammes : Freepik via [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)