

Enjeux futurs de la digitalisation des services de transports quotidiens : les facteurs clés de succès du modèle d'affaires Mobility as a Service en Suisse

Travail de Master

Le domaine des transports est confronté à une évolution régulière de ses services pour rester au plus proche des besoins des utilisateurs et des attentes des institutions suisses (confédération, cantons, communes). Bien que les offres de mobilité soient rarement proposées conjointement, illustrant un développement en silo de leurs services numériques, un nouveau modèle d'affaires est en train d'émerger dans plusieurs pays et répondrait à cette problématique du cloisonnement des offres : le modèle MaaS, Mobility as a Service (la mobilité en tant que service ou mobilité servicielle). Dans ce contexte et pour imaginer le futur digital de ces services, il serait intéressant d'identifier les enjeux et les facteurs clés de succès d'un développement numérique d'une plateforme multimodale et multifournisseurs.

Ce travail de Master s'intéresse donc à la thématique générale de la digitalisation des services de transport, en particulier les plateformes et la notion de Mobility as a service (MaaS). Le modèle MaaS se base sur une intégration des services de mobilité centrée sur l'utilisateur, au moyen d'une plateforme multimodale et multifournisseurs. Plusieurs projets pilotes ont été menés en Suisse et des entreprises étrangères spécialisées dans ce domaine sont déjà présentes sur le marché suisse. Par ailleurs, la Confédération helvétique a décidé de mener un projet d'infrastructure nationale de données sur la mobilité (LIDMo) dans le but d'harmoniser le partage d'information et permettant une intégration efficace de chaque acteur de la mobilité. Cette nouvelle vision des services de transport MaaS séduit donc de plus en plus et semble devenir le nouveau modèle pour les déplacements à l'avenir.

Cette étude exploratoire et prospective s'est basée sur une approche centrée sur le client/utilisateur. Son périmètre se focalise sur les transports quotidiens en Suisse, c'est-à-dire sur les déplacements journaliers des personnes dans leurs activités régulières durant la semaine (emploi, études, etc.). La première partie avait comme objectif l'exploration des attentes des utilisateurs potentiels du service MaaS, avec l'identification des barrières et motivations quant à son adoption. Un focus group a été organisé avec 10 participant·es de la région de Lausanne, puis un sondage à plus grande échelle a été diffusé en Suisse romande (234 réponses récoltées). La dernière phase fut dédiée à l'identification des barrières et motivations des acteurs de la branche des transports, à l'aide d'une dizaine d'interviews.

