



SERVICE PUBLIC FÉDÉRAL
MOBILITÉ ET TRANSPORTS



Attrait du MaaS dans un contexte B2B

Rapport d'enquête

27/05/2021

Auteurs :

Service public fédéral Mobilité et Transports

Direction générale Politique de Mobilité durable et ferroviaire

Direction Mobilité - Service Stratégie et Politiques transversales

its@mobilite.fgov.be

https://mobilite.belgium.be/fr/mobilite/systemes_de_transports_intelligents

Editeur responsable :

Emmanuelle Vandamme, rue du Progrès 56 - 1210 Bruxelles

Dépôt légal : D/2021/13.831/10 – Mai 2021

Table des matières

1.	Introduction et méthodologie	4
1.1	Description d'un service de mobilité "MaaS B2B"	4
1.2	Enquête auprès des experts en mobilité des entreprises et des institutions publiques	5
2.	Résultat de l'enquête	7
2.1	Le contenu de l'offre MaaS B2B	7
2.2	Motivations de l'entreprise à s'affilier à une offre MaaS B2B.....	10
2.3	Critères importants dans le cadre d'un contrat	12
2.4	Intérêt des employés pour l'utilisation d'un système MaaS	13
2.5	Raisons d'utilisation d'une solution MaaS par les employés	15
2.6	Volonté de proposer ou de tester une solution MaaS auprès des employés	16
2.7	Pistes de mesures pour les pouvoirs publics	17
3.	Conclusion	18

1. Introduction et méthodologie

1.1 Description d'un service de mobilité "MaaS B2B"

L'innovation et la digitalisation sont depuis longtemps des éléments essentiels pour parvenir à une croissance plus durable. Cette vision largement soutenue s'est encore davantage imposée récemment en raison de deux défis qui mettent à mal les politiques traditionnelles dans leur essence même : la question du climat et de l'environnement, d'une part, et la crise du coronavirus, d'autre part. Ce basculement politique se manifeste, par les ambitions européennes connues sous le nom de Green Deal et, par le recours ultrarapide aux moyens numériques pour travailler, suivre des cours, faire des achats et se détendre.

Dans le domaine du transport de personnes, les développements technologiques, et en particulier les applications pour smartphones, ont conduit à de nouveaux services de mobilité. Il s'agit souvent de systèmes de partage unimodaux (vélos, trottinettes, scooters, voitures qui n'ont pas de station fixe, mais qui peuvent être localisés et déverrouillés par l'utilisateur suivant via son smartphone ; ou encore de nouvelles formules de taxi dont le statut même est remis en question).

Outre les éléments techniques qui rendent une telle offre possible, il faut bien sûr que les voyageurs veuillent en profiter. Une évolution est en cours, dans laquelle les déplacements ne s'analysent plus sous l'angle de la possession d'un moyen de transport, mais bien sous l'angle de la mobilité en tant que service, et dans laquelle le confort de l'utilisateur occupe une place centrale.

Le MaaS (*Mobility-as-a-Service* ou Mobilité en tant que service), en tant qu'élément de l'offre B2B, est un service qui offre aux employeurs un package global permettant de répondre aux besoins de déplacement de leur personnel. Il se compose au moins des deux éléments suivants :

- une application permettant aux travailleurs d'organiser leurs déplacements de manière intermodale (= planifier un trajet de porte à porte, faire une réservation si nécessaire, payer et toujours pouvoir faire des ajustements sur la base d'informations en temps réel et ce, en utilisant plusieurs moyens de transport) ;
- une plateforme internet pour l'employeur avec accès aux données de déplacement de ses travailleurs et aux transactions de paiement (éventuellement gérée par un secrétariat social).

En tant que Service public fédéral (SPF) Mobilité et Transports, notre ambition est de rendre la mobilité durable. Le MaaS a le potentiel de devenir l'une des clés pour relever les défis de la mobilité en Belgique. Il faudrait pour cela réduire l'utilisation de la voiture par un seul individu (ce que l'on appelle l'autosolisme) qui représente, aujourd'hui encore, 65 % des déplacements domicile-lieu de travail, selon notre grande enquête triennale¹. Grâce au MaaS, les alternatives à la voiture deviennent plus confortables et plus conviviales.

Le SPF Mobilité et Transports souhaite par conséquent explorer toutes les possibilités pour assurer la réussite de telles solutions innovantes, qui répondent aux problèmes de congestion et de sécurité routière, et pour réduire l'impact négatif du secteur des transports sur l'environnement. Les tendances sociales observées, à savoir une forte croissance de la flexibilité du lieu de travail, l'augmentation du travail à temps partiel et les alternatives à la voiture-salaire telles que le budget mobilité, accroissent la demande en solutions de mobilité flexibles et sur mesure. Alors que nous préparons le redressement de la société et de l'économie dans le cadre de la sortie de la crise du COVID, le moment est - plus que jamais - venu de mettre en œuvre des modèles plus durables. Dans ce contexte, nous voulons encourager les services de mobilité innovants et faciliter leur adoption.

¹ Service public fédéral Mobilité et Transports (2019). *Diagnostic fédéral sur les déplacements domicile-travail 2017*, https://mobilit.belgium.be/sites/default/files/resources/files/final_report_wwv_2017-2018fr_0.pdf

1.2 Enquête auprès des experts en mobilité des entreprises et des institutions publiques

Dans le cadre de son enquête, le SPF Mobilité et Transports a voulu savoir dans quelle mesure et sous quelles conditions les entreprises seraient prêtes à opter pour un service de mobilité « MaaS B2B ».

L'enquête comportait deux volets. En juin 2020, un questionnaire a été envoyé aux experts en mobilité des entreprises. Nous avons ensuite organisé deux groupes de discussion au début du mois de mars 2021.

Dans l'**enquête**, dix questions ont été posées sur la position des répondants, en se focalisant concrètement sur l'utilité (l'intérêt, la plus-value) du MaaS pour leur entreprise ou leur organisation. Elle a été réalisée en ligne en juin 2020.

Pour le fichier d'adresses, nous avons fait appel à nos collègues du Service Études et Enquêtes. Il organise tous les trois ans une enquête auprès des entreprises et des institutions publiques de la Belgique qui occupent en moyenne plus de 100 travailleurs. Ces entreprises et institutions publiques ont été sondées quant aux déplacements domicile-lieu de travail de leurs travailleurs. La collecte d'informations la plus récente a eu lieu entre le 1^{er} juillet 2017 et le 31 janvier 2018 (l'édition 2020 a été reportée d'un an en raison de la crise de la COVID)². 3 951 employeurs différents y ont participé.

Environ un tiers de ces employeurs ont indiqué qu'ils pouvaient être contactés pour d'autres enquêtes, ce qui a constitué le point de départ de notre enquête. Cependant, après presque trois ans, il s'est avéré que le fichier d'adresses n'était plus très à jour et nous avons également reçu de nombreux messages d'absence au cours du mois de l'enquête. Un peu plus de mille personnes ont sans doute effectivement reçu notre demande de collaboration, mais il ne s'agit pas de mille employeurs uniques, car il y a parfois plusieurs personnes de contact pour une même organisation. En outre, juin 2020 a sans aucun doute été un mois difficile pour certaines organisations en raison de la crise de la COVID. Néanmoins, 84 répondants (employeurs uniques) ont répondu entièrement à notre enquête. Cette enquête, tout comme la grande enquête triennale de nos collègues, a été généralement remplie par le membre du personnel qui occupe la fonction de *mobility manager*.

Si nous dressons à présent le profil des participants, on constate que 37 viennent du secteur privé et 46 du secteur public et non-marchand (un participant est inconnu). Cette dernière catégorie sera appelée « secteur public » ci-dessous, mais il est important de noter que les organisations concernées sont très diverses (voir le tableau 1, ci-dessous). On y trouve notamment une société de transport public, des universités, des services publics aux niveaux fédéral, régional et local, ainsi que des écoles et des institutions d'aide sociale. Elles varient donc considérablement en termes d'ampleur et d'activités, ce qui se reflète dans la taille de leur effectif.

Sur l'ensemble des employeurs participant à l'enquête, neuf ont plus de mille travailleurs et onze ont moins de cent travailleurs (un résultat inattendu étant donné que l'échantillon se composait d'organisations comptant plus de cent travailleurs, ce qui peut s'expliquer d'une part par les fluctuations dans le temps et d'autre part par le fait que, dans certains cas, un seul établissement a été compté alors que l'organisation exerce ses activités sur plusieurs sites). Pour la présentation des résultats, nous procéderons, pour la taille de l'organisation, à une ventilation selon que l'effectif est inférieur ou supérieur à 200 travailleurs. Dans l'enquête, il y a 33 organisations comptant plus de 200 travailleurs et 41 comptant moins de 200 travailleurs (données inconnues pour 10 employeurs).

De plus, nous ferons parfois référence à la densité de population de la zone d'établissement. Il s'agit d'une information pertinente car, en général, les zones à plus forte densité, c'est-à-dire les centres-villes et leurs environs immédiats, sont moins facilement accessibles en voiture, mais disposent d'une offre plus importante et de

² C'est de cette enquête qu'est tiré le chiffre de 65 % cité plus haut. Pour plus d'informations : https://mobilit.belgium.be/fr/mobilite/domicile_travail

meilleures infrastructures pour les moyens de transport alternatifs. La ventilation de nos répondants est la suivante : 37 se trouvent dans une zone dense³ et 36 dans une zone moins dense (densité inconnue pour 11 employeurs, parfois en raison de la présence de différents sites).

	Secteur d'activité	Nombre
SECTEUR PRIVÉ	Industrie	9
	Commerce de gros et de détail; réparation de véhicules automobiles et de motocycles	7
	Activités financières et d'assurance	4
	Activités spécialisées, scientifiques et techniques	4
	Construction	3
	Production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné	2
	Transports et entreposage	2
	Information et communication	2
	Activités de services administratifs et de soutien	2
	Autres	2
	SOUS-TOTAL	37
SECTEUR PUBLIC	Administration publique et défense; sécurité sociale obligatoire	18
	Enseignement	14
	Santé humaine et action sociale	10
	Production et distribution d'eau; assainissement, gestion des déchets et dépollution	1
	Transports et entreposage	1
	Information et communication	1
	Activités spécialisées, scientifiques et techniques	1
		SOUS-TOTAL

Tableau 1: Ventilation des répondants par secteur d'activité, selon le secteur privé ou public (N=83 plus un inconnu)

Au début du mois de mars 2021, nous avons réuni un certain nombre de parties intéressées. Naturellement - et à notre grand regret - cela a dû se faire en ligne compte tenu des circonstances. Sur la base de résultats de l'enquête, nous avons sondé l'opinion des participants, afin d'avoir une meilleure idée des raisons et motifs sous-jacents aux réponses données dans l'enquête. Comme il est d'usage dans les **groupes de discussion**, le nombre de participants est limité afin qu'ils aient amplement l'occasion d'exprimer leur avis et de discuter entre eux.

Nos participants étaient des personnes qui avaient indiqué dans l'enquête qu'elles souhaitaient participer à une telle discussion et qui pouvaient se libérer à un moment qui convenait à la majorité. Le premier groupe était composé de huit participants néerlandophones, et l'autre de neuf participants francophones. Comme on pouvait

³ L'indice DEGURBA a été utilisé afin de différencier les réponses selon la densité des lieux où se situent les différentes entreprises participant à l'enquête. Il s'agit d'un indice permettant de différencier des zones géographiques en fonction de leur densité. Celles-ci sont classées selon 3 catégories :

- Code 1 : zone densément peuplée (Anvers, Bruxelles, Bruges, Charleroi, Courtrai, Gand, Liège, Louvain, Mons, Namur et Ostende)
- Code 2 : zone intermédiairement densément peuplée
- Code 3 : zone faiblement peuplée

Les zones géographiques ont été déterminées sur base de la localisation de la commune (code NIS)

Pour des questions de représentativité, dans cette enquête, les catégories 2 et 3 ont été rassemblées en une seule catégorie, à savoir « zone moins dense ».

s’y attendre, les participants provenaient principalement des grandes entreprises. Tant la taille de l’entreprise que le secteur privé (dans les faits, ce sont surtout les entreprises qui ont participé alors qu’il y a une faible participation des secteurs public et non-marchand) sont importants ici, mais cela apparaîtra clairement ci-dessous à la lecture des résultats.

2. Résultat de l’enquête

2.1 Le contenu de l’offre MaaS B2B

La première question de l’enquête MaaS avait pour objectif d’évaluer les services de transport qui seraient intéressants à intégrer dans une offre B2B. Les transports en commun seraient la colonne vertébrale d’une telle offre et feraient donc automatiquement partie des services proposés. Nous avons dressé une liste de treize possibilités qui est reprise ci-dessous. Nous précisons que l’« organisation de transport collectif » désigne une solution sur mesure proposée par l’entreprise. Il s’agit par exemple de services de bus réservé au personnel. Les engins à propulsion électrique appartiennent à la catégorie de la micromobilité, comme les trottinettes électriques, populaires aujourd’hui dans quelques grandes villes.

Nous présentons d’abord les résultats généraux à cette question, puis les différences ensuite en fonction de la taille de l’entreprise interrogée ainsi que la densité de l’endroit où celle-ci se situe.

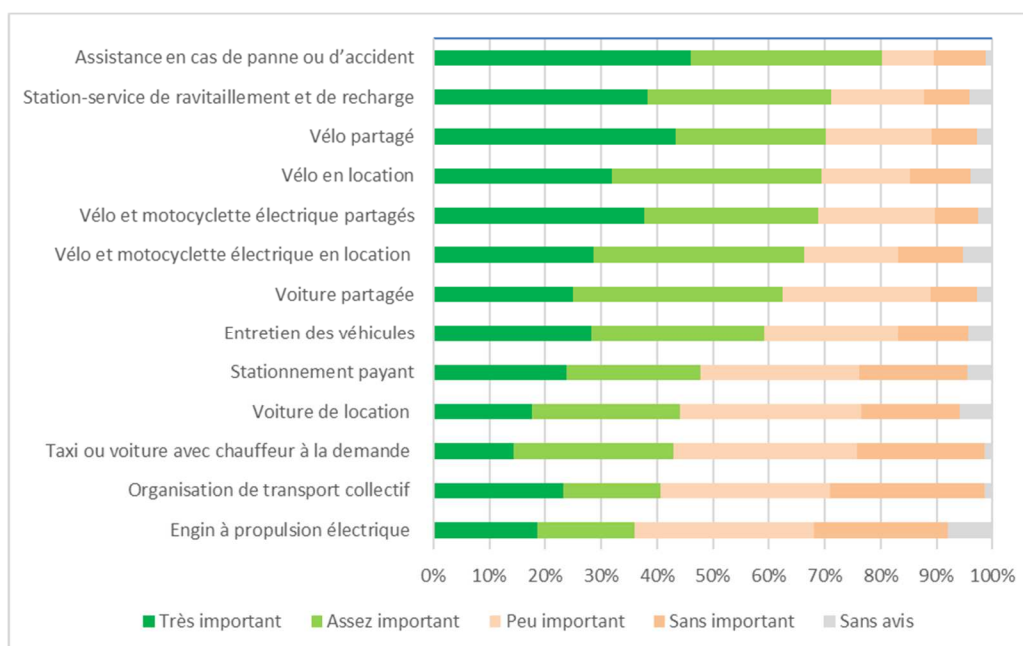


Figure 1 : La part des participants à l'enquête qui attachent de l'importance à certains services de transport possibles (en plus du transport public) à intégrer au sein d'une offre MaaS

Lorsqu’on interroge sur les services de transport qui seraient intéressants à ajouter à cette offre, l’assistance en cas de panne ou accident et les stations-service de ravitaillement et de recharge ressortent en premier. En effet, l’assistance en cas de panne récolte 80% d’intérêt des participants dont 46% évalue ce service comme très important à ajouter à l’offre. Les stations-service de ravitaillement reçoivent 72% d’intérêt. Nous pouvons constater le succès de ces services qui sont dans un premier temps dédiés aux voitures mais peuvent également être utiles pour les vélos (électriques). Ils sont très pertinents dans le cadre de la mobilité en tant que service qui permet à l’utilisateur de se libérer de certaines charges. Ce service va plus loin que la simple mise à disposition d’un moyen de transport.

Le vélo, qu'il soit partagé, loué ou électrique, suscite également beaucoup d'intérêt. Ces solutions récoltent entre 60 et 70% d'importance auprès des personnes interviewées. Le vélo partagé est notamment considéré comme très important par 43% des répondants et le vélo électrique partagé par 37% d'entre eux. D'après les participants aux groupes de discussion, le traitement fiscal favorable pour certaines offres de vélos pourrait expliquer le succès de ces solutions. De tels avantages n'existent peu ou pas pour des trottinettes, par exemple. Ces solutions sont également appréciées par les entreprises car elles permettent de leur donner une image plus « verte ». Cela attire également les travailleurs sensibles à l'environnement.

Ensuite, nous avons également constaté qu'il y avait une demande plus limitée pour les services de transports avec chauffeurs tels que les taxis et les transports collectifs organisés par l'entreprise. Cela peut probablement s'expliquer par le fait que ces services sont plus coûteux, et s'ils sont collectifs, intéressent davantage les plus grandes entreprises ou du moins des organisations où des groupes suffisants de travailleurs partagent le même horaire. Néanmoins, plus de quatre répondants sur dix ont exprimé leur intérêt pour ces solutions, ce qui indique le potentiel d'un marché de niche.

Lors des groupes de discussion, les managers en mobilité de différentes entreprises ont expliqué le succès de l'assistance en cas de panne ou accident par le fait que la fiabilité et la sécurité sont des facteurs importants pour les employeurs ainsi que les employés. « *Il y a plus de chance d'utiliser un mode de transport lorsqu'une assistance est fournie* », explique une mobility manager d'une entreprise de peintures. C'est également cet argument qui expliquerait le faible succès des engins à propulsion électrique qui sont associés à l'insécurité, notamment à cause des accidents dont ils sont l'objet. 49% des répondants considèrent ce service comme peu ou pas important à ajouter à l'offre. Certains services de transport sont en effet bloqués par les employeurs sur les conseils de leurs assureurs, signalant que les trottinettes, voire parfois les vélos, sont plus accidentogènes. « *Ceci pose notamment des problèmes de responsabilité* », explique une participante aux groupes de discussions, active dans le secteur agroalimentaire. Certaines entreprises proposent d'ailleurs des formations à leurs employés afin de pouvoir utiliser certains modes de transports, tels que les speed pédélec, avec plus de sécurité.

Les entreprises souhaitent que les possibilités offertes permettent de prendre en compte l'ensemble du trajet des travailleurs, ce qui explique l'importance des premiers et derniers kilomètres. « *Pour les premiers kilomètres de la maison à la gare, les employés souhaitent des solutions de parking. Pour les derniers kilomètres de la gare au travail, la voiture partagée ou autre solution de partage peuvent être intéressantes* », explique un mobility manager travaillant dans le secteur de l'énergie. Les parkings à la gare sont des solutions qui ont du succès auprès des travailleurs mais cela implique souvent des files d'attentes et des coûts élevés.

Répartition en fonction de la taille de l'organisation

Il a été demandé aux participants à l'enquête de juger de l'importance des différents modes de transports à ajouter à une offre MaaS B2B. Pour chaque mode, ils pouvaient indiquer si celui-ci était « sans importance », « peu important », « assez important » ou « très important ». Ces réponses ont ensuite été traduites sur une échelle de 0 à 3, le 0 indiquant que le service est sans importance et le 3 exprimant que celui-ci est très important. Le graphique ci-dessus, reprend la moyenne des scores obtenus par mode et permet donc d'évaluer l'intérêt des participants quant aux différents services de mobilité à intégrer à une offre MaaS B2B. Ces résultats sont classés en fonction de la taille des entreprises (supérieures ou inférieures à 200 travailleurs).

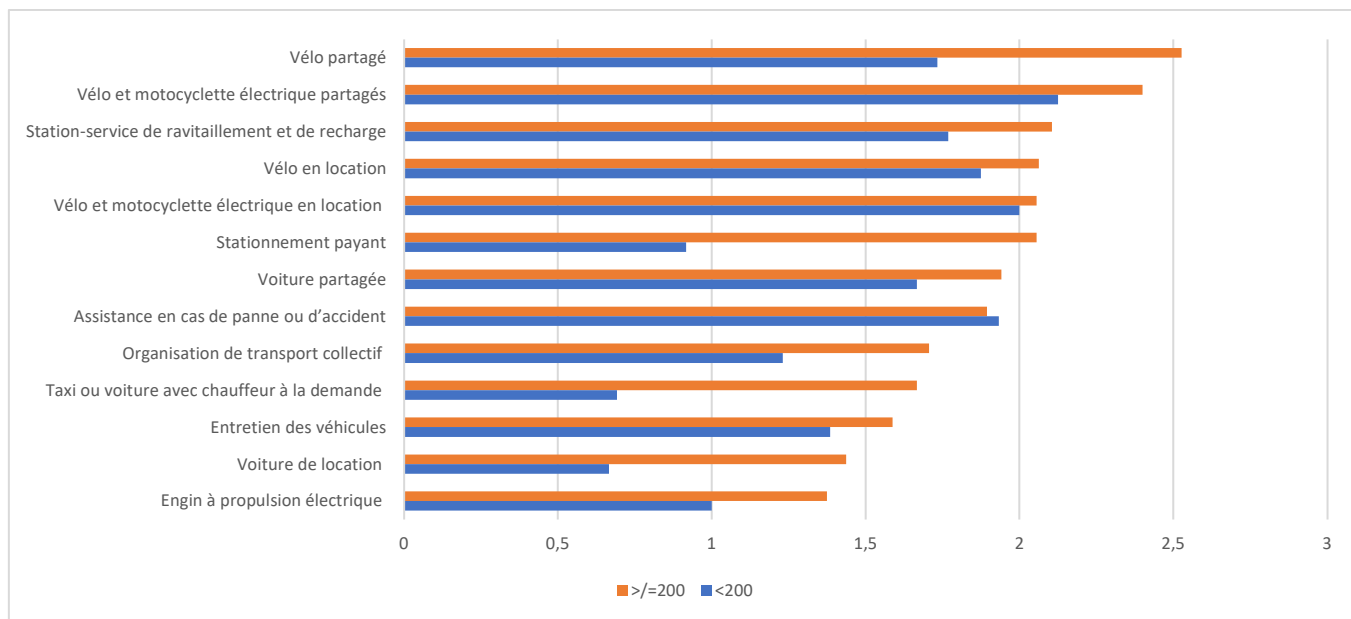


Figure 2 : L'importance accordée par les participants aux différents services de mobilité à ajouter dans une offre MaaS (échelle de 0 à 3), selon la taille de l'organisation

Lorsqu'on différencie les grandes des petites entreprises, on constate que les entreprises de plus de 200 travailleurs démontrent un plus grand intérêt pour presque tous les différents moyens de transports proposés pour l'offre B2B MaaS. On remarque les différences les plus significatives entre l'intérêt des petites et grandes entreprises au niveau du stationnement payant, des taxis ou voiture avec chauffeur et des voitures de locations. Un participant aux groupes de discussion explique cela par le fait qu'il est plus difficile pour les plus petites entreprises d'avoir un mobility manager et de développer une véritable politique de mobilité. Cela représente en effet une charge administrative. Un autre participant ajoute que « *pour les entreprises moyennes, le prix des solutions MaaS est élevé pour le moment* ». On peut par ailleurs constater une plus grande différence d'intérêt, entre les petites et grandes entreprises, pour les solutions qui ont tendance à être plus coûteuses.

Un second constat est le succès des solutions vélo, encore plus prononcé que dans la figure 1 et notamment auprès des grandes entreprises. Le vélo partagé obtient un résultat en moyenne un peu supérieur à 2,5 sur 3 et le vélo électrique partagé atteint 2,4. Cette dernière solution récolte tout de même un vif succès auprès des petites entreprises avec un score de 2,1.

Répartition en fonction de la densité de la population de la zone dans laquelle l'organisation se trouve

Lorsqu'on différencie les réponses en fonction de la densité des lieux où se situent les différentes entreprises participant à l'enquête, en moyenne, les répondants situés dans les milieux densément peuplés ont un plus grand intérêt pour l'ensemble des solutions proposées pour l'offre B2B MaaS. Une participante aux groupes de discussions explique que « *les zones moins denses sont actuellement mal desservies, il n'y a pas beaucoup d'alternatives à la voiture. Lorsque des services telles que les solutions de partage seront élargis à ces zones, les plus petites villes l'utiliseront* ».

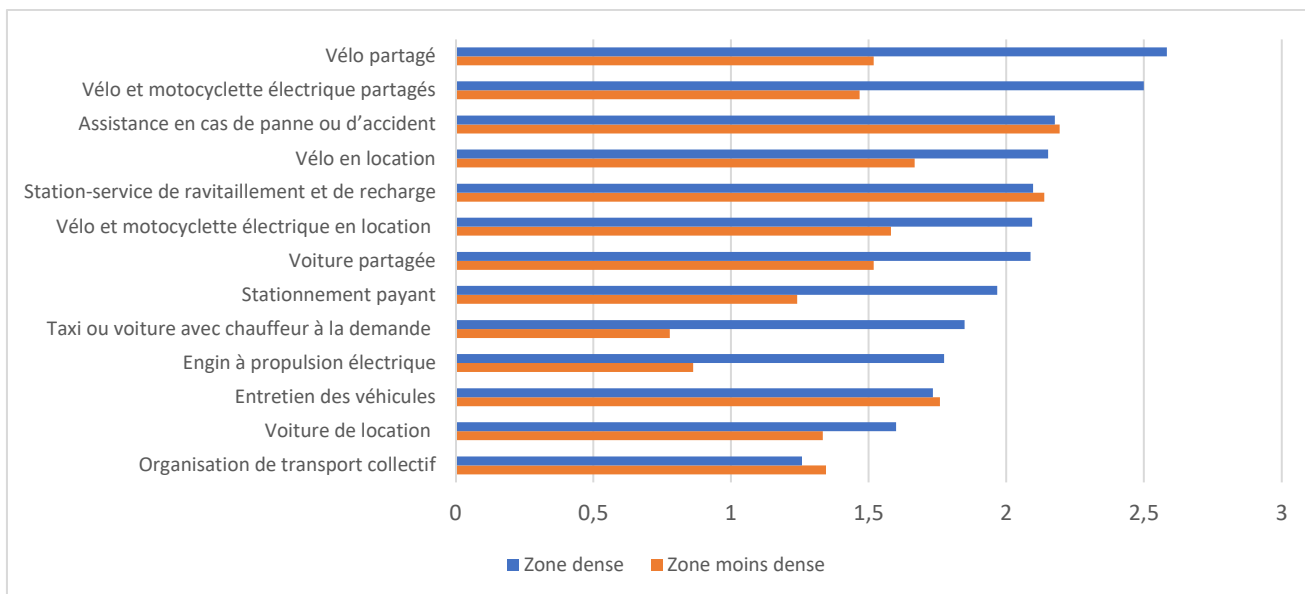


Figure 3 : L'importance accordée par les participants aux différents services de mobilité à ajouter dans une offre MaaS (échelle de 0 à 3), selon la densité de la zone où se situe l'organisation

On constate en effet que les vélos partagés sont considérés comme très importants avec un score moyen de 2,5 dans les zones denses, contre 1,5 pour les zones moins denses. Pour les vélos et motocyclettes électriques partagés, on remarque une différence de 2,5 contre 1,5 entre les zones en fonction de leur densité.

On observe également sur le graphe ci-dessus, un écart important pour les solutions de micromobilité telles que les trottinettes électriques, avec 1,8 contre 0,9. Celles-ci sont moins intéressantes pour les zones moins denses où les distances à parcourir sont en général plus grandes et où ces moyens de locomotions sont moins disponibles.

2.2 Motivations de l'entreprise à s'affilier à une offre MaaS B2B

Une seconde question avait pour objectif d'évaluer les raisons qui motiveraient une entreprise à s'affilier à une offre MaaS B2B. Les résultats sont à nouveau évalués sur une échelle de 0 à 3. Le 0 indique que la raison est sans importance, le 3 exprime au contraire que celle-ci est très importante pour les répondants. De manière générale, on peut conclure que les organisations montrent un intérêt à souscrire à une offre B2B pour l'ensemble des motivations proposées. En effet, dans les graphes qui suivent, différenciant les réponses selon la taille de l'entreprise ainsi que la densité de la ville où celle-ci se situe, on observe que l'ensemble des réponses sont supérieures à 1,5 sur 3.

Répartition en fonction de la taille de l'organisation

Offrir le plus large choix possible est important pour les employeurs. En moyenne, on évalue l'intérêt à 2,8 sur 3 pour les grandes entreprises, et 2,3 pour les plus petites. Cependant, lors des groupes de discussion qui ont fait suite à l'enquête, les différents participants ont précisé que cela doit tout de même être financièrement viable pour l'entreprise. Une participante explique notamment que « *pour proposer un moyen de transport, il faut un minimum d'utilisateurs* ».

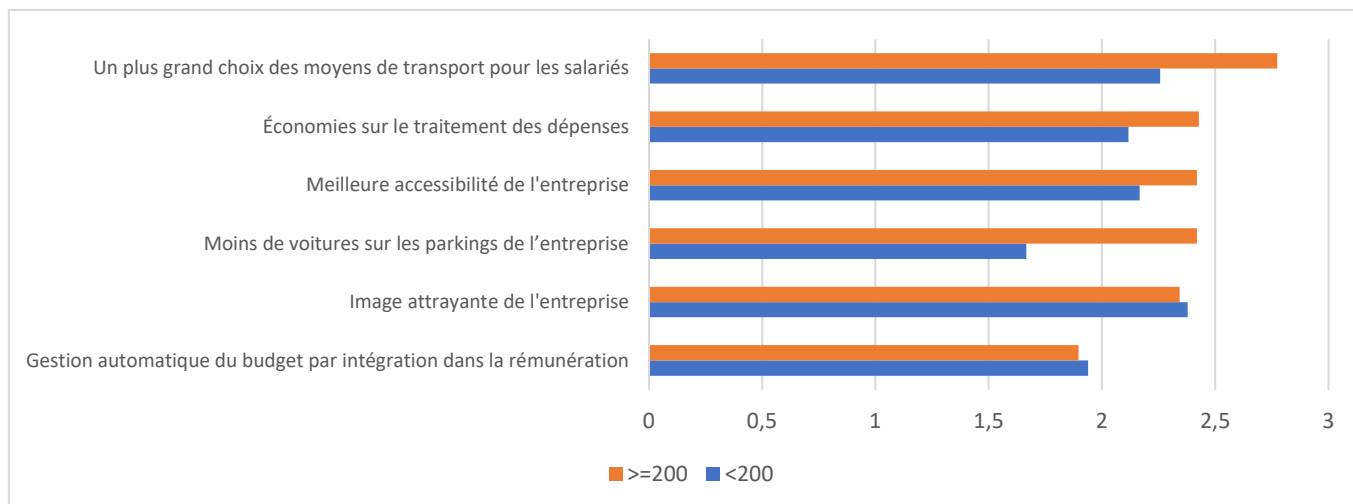


Figure 4 : Evaluation de l'intérêt accordé aux différentes motivations pour proposer une offre MaaS aux employés, en fonction de la taille de l'organisation (échelle de 0 à 3)

Pour les entreprises de moins de 200 travailleurs, le motif principal pour proposer une offre B2B MaaS à leurs employés est l'image attrayante que cela va donner à leur entreprise, avec un intérêt de 2,4 sur 3. On remarque par ailleurs que pour les plus grandes entreprises, le fait qu'il y ait moins de voitures sur les parkings est une motivation plus importante (2,4 contre 1,7 pour les plus petites entreprises).

Répartition en fonction de la densité de la population de la zone où se trouve l'organisation

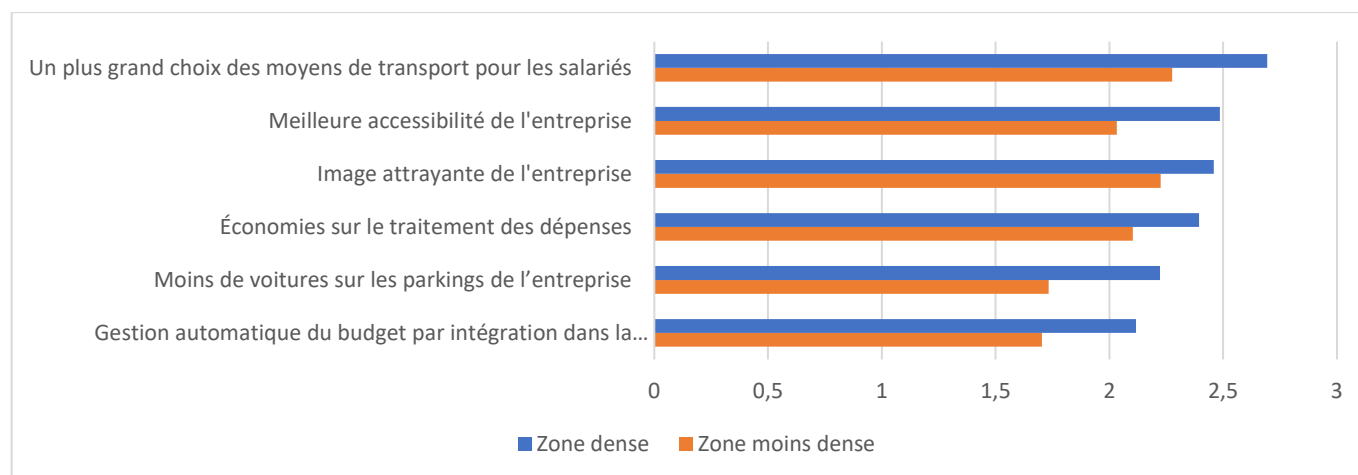


Figure 5 : Evaluation de l'intérêt accordé aux différentes motivations pour proposer une offre MaaS aux employés, en fonction de la densité de la population de la zone où se trouve l'organisation (échelle de 0 à 3)

Toutes motivations confondues, on constate que de manière générale, les employeurs qui se trouvent dans des zones plus denses sont plus enthousiastes à l'idée de souscrire à une offre B2B MaaS. Cela s'explique une fois de plus par le fait que ces zones sont plus accessibles et disposent déjà de davantage de solutions alternatives à la voiture telles que différentes sortes de véhicules partagés.

Dans cette optique, on pourrait s'attendre à ce que la motivation à réduire le nombre de voitures dans les parkings des organisations soit plus élevée pour celles étant situées plus loin des centres-villes, étant donné qu'une plus grande partie des travailleurs s'y rendent en voiture. Cependant, leur situation géographique leur permet peut-être également de disposer d'un plus grand espace de stationnement.

Réactions des participants aux groupes de discussion

Les participants aux groupes de discussion ont principalement insisté sur la volonté de faciliter la charge administrative qu'engendre une offre flexible de transport aux travailleurs. C'est une des raisons principales qui motive leur intérêt pour des solutions de sous-traitance, dans lesquelles un package serait complètement géré par un tiers. Ils ajoutent également que ces solutions accélèrent l'évolution digitale. Certains souhaitent d'ailleurs pouvoir intégrer une application MaaS à leur système de logiciel de gestion administrative. « *Un système intégré doit être employé, cela devrait même s'inscrire dans un cadre plus grand que la mobilité* », ajoute un responsable en mobilité d'une entreprise de consultance.

Lors de ces discussions, les participants étaient d'accord sur le fait que le plus important est d'offrir de la flexibilité aux employés. En effet, avec les différentes compositions des ménages, ainsi que le télétravail qui prend de l'importance depuis la crise COVID, la solution doit pouvoir correspondre aux différentes situations et besoins des employés. Il faudrait par exemple augmenter la flexibilité tarifaire et privilégier les tickets plutôt que les abonnements. Cependant, pour l'instant, leur prix n'est pas adapté. De plus, actuellement, la flexibilité est corrélée à la charge administrative et peu décourage les entreprises à envisager ce genre de solution. « *Il faut de la simplicité pour les employés et également pour les employeurs* » expliquait un mobility manager du secteur de la diffusion en accord avec les autres participants.

2.3 Critères importants dans le cadre d'un contrat

L'enquête avait ensuite pour objectif d'identifier les critères importants pour une entreprise lorsqu'elle souscrit à une offre MaaS B2B.

Critères	Place 1	Place 1 ou 2
Prix de revient	38%	61%
L'accent est mis sur la mobilité durable	23%	42%
Charge administrative, gestion et traçabilité du budget	18%	38%
Volume de l'offre	10%	31%
Expérience et réputation du prestataire	4%	11%

Tableau 2 : Pourcentage des répondants classant au premier ou au second rang d'importance les critères devant figurer dans un contrat avec un fournisseur MaaS

Il en ressort que le prix du contrat est le critère le plus important puisqu'il revient pour 38% des participants en première place ou pour 61% d'entre eux en première ou seconde place. Comme mentionné précédemment, il est important pour les entreprises que l'offre proposée n'excède pas un certain coût pour l'entreprise. Une participante aux groupes de discussion travaillant dans le secteur de l'assurance explique que, selon elle, « *le prix des solutions MaaS est élevé pour le moment et celles-ci ne comprennent pas encore les moyens de locomotion qu'une entreprise peut mettre à disposition* ».

Le fait que l'accent soit mis sur la mobilité durable est le deuxième critère d'importance pour l'évaluation d'un contrat. 42% des participants placent celui-ci en première ou seconde place. Ceci pourrait être lié à la motivation, citée dans la question précédente, de souscrire à une offre MaaS afin d'améliorer l'image de l'entreprise. Une

participante aux tables de conversation provenant d'une entreprise fournisseuse d'électricité notamment durable explique que « c'est un critère qui est de plus en plus recherché par les employés lorsqu'ils recherchent un emploi ».

Ensuite, le volume de l'offre, reprenant les possibilités proposées au premier point, n'apparaît pas comme une priorité dans l'évaluation du contrat. Il arrive en première place pour 10% des participants et pour 31% en première ou seconde place en termes d'importance des critères. Ceci peut paraître contre-intuitif avec la réponse à la question concernant la raison pour laquelle les entreprises souscriraient à un tel contrat. En effet, les organisations souhaitent offrir le plus de choix possible à leurs employés. Toutefois, comme mentionné précédemment, augmenter la flexibilité pourrait engendrer des coûts supplémentaires. Cependant, on peut faire valoir qu'une offre MaaS élargirait de toute façon les possibilités par rapport à la situation actuelle.

Une mobility manager d'une banque ajoute qu'elle souhaite d'abord pouvoir intégrer l'offre de mobilité existante de l'entreprise dans un outil facile d'utilisation et ensuite, étoffer éventuellement l'offre. Un autre participant du secteur de la diffusion exprime qu' : « une fois qu'on donne une voiture, c'est difficile d'ajouter autre chose en plus. Le coût de la voiture de société reste le même (éventuellement quelques économies de carburant), auquel s'ajoute le coût du vélo, etc. De plus, parfois, lorsque l'employé utilise le vélo, la voiture peut être utilisée par un autre membre de la famille et les coûts s'additionnent ».

Une mobility manager travaillant déjà avec une solution MaaS explique que dans son entreprise, elle a pu constater une baisse du nombre de kilomètres parcourus par les voitures au profit de l'utilisation d'autres modes de transports qu'ils ont laissé à disposition de leurs employés afin qu'ils puissent les essayer, notamment des vélos en leasing.

Enfin, l'expérience du prestataire est le critère qui arrive en dernier parmi ceux proposés. Seulement 11% des participants le positionnerait en première ou seconde place. Cela peut probablement s'expliquer par le fait qu'il s'agit d'un marché relativement nouveau. Les participants aux groupes de discussions ajoutent qu'il n'y a pas beaucoup de choix de prestataires MaaS actuellement. Ils cherchent donc en priorité des solutions qui répondent à leurs besoins et dont le prix n'est pas trop élevé.

2.4 Intérêt des employés pour l'utilisation d'un système MaaS

Dans la suite de l'enquête, les participants devaient évaluer dans quelle mesure les employés seraient disposés à utiliser ce système sur une échelle de 1 à 5. Cela concerne donc une estimation des managers en mobilité de l'intérêt des membres du personnel et non une réponse directe de ces derniers.

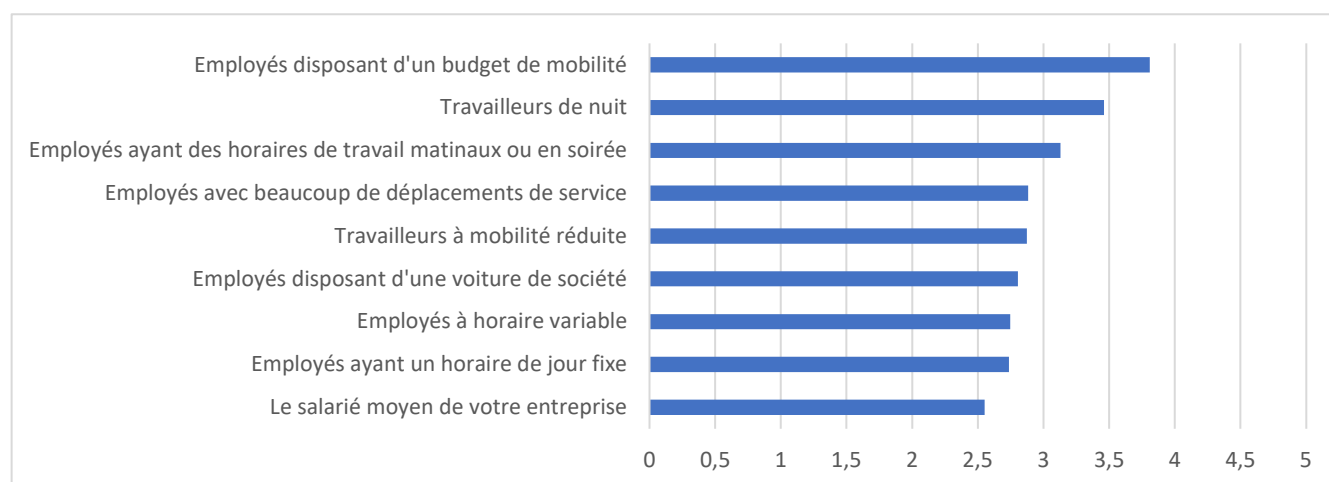


Figure 6 : Estimation de l'intérêt des employés pour l'utilisation d'une offre MaaS, en fonction du régime de leur travail (échelle de 0 à 5)

Un premier constat que l'on peut établir est que l'ensemble des propositions obtiennent, en moyenne, un score supérieur à la moitié. Cela signifie que les différents employés auraient, d'après les répondants à l'enquête, un intérêt pour l'utilisation d'un système MaaS. Ensuite, la solution serait particulièrement intéressante pour les employés bénéficiant d'un budget mobilité (3,8/5), ceux effectuant un service de nuit (3,5/5) et ceux qui ont des heures de travail tôt ou tard dans la journée (3,1/5).

Le budget mobilité a souvent été mentionné lors des groupes de discussion qui ont suivi l'enquête. Il s'agit de la possibilité d'échanger une voiture de société ou le droit à celle-ci contre un budget équivalent à partager entre un véhicule automobile qui serait plus respectueux de l'environnement, des moyens de transport et frais de logement et/ou une compensation financière⁴. Les personnes interrogées pensent qu'une solution MaaS pourrait les soulager dans la gestion administrative et logistique du budget mobilité. En raison de la flexibilité du budget de mobilité, notamment dans le choix des moyens de transport, il s'agit en effet d'un système qui peut facilement être associé au MaaS consacré à l'offre B2B, faisant des entreprises proposant un budget mobilité un groupe cible manifeste pour les applications MaaS. Une entreprise participant aux groupes de discussions et fonctionnant avec une application MaaS et un budget mobilité explique que « *cela encourage les employés à utiliser d'autres modes de transports. C'est important d'avoir plusieurs possibilités et une facilité d'application* ».

Lorsqu'on classe les différentes réponses par intérêt croissant, le salarié moyen de l'entreprise arrive en dernière position avec 2,6, ce qui reste supérieur à la moitié. Cela pourrait s'expliquer par le fait que le salarié moyen soit déjà satisfait de l'offre existante à savoir, entre autres, le train, le vélo, le parking à la gare, déjà proposés par certaines entreprises, comme le soulignait une participante aux groupes de discussions. Le MaaS intéresserait les travailleurs qui auraient besoin de services plus adaptés.

Répartition en fonction du secteur privé ou public

Le résultat de 2,8 sur 5, concernant les employés disposant de voiture de société, peut, toutefois, être sous-estimé car le secteur public offre rarement cette possibilité. En effet, lorsqu'on fait la distinction, on constate un score de 3,4 pour le secteur privé et seulement 2,2 pour le public. Des entreprises privées ayant participé aux groupes de discussions ont expliqué que les employés disposant de voitures de société seraient intéressés de pouvoir employer une application MaaS lorsqu'ils doivent par exemple se déplacer dans le centre-ville.

⁴ Le budget mobilité a été instauré par la loi du 17 mars 2019 concernant l'instauration d'un budget mobilité. Les experts du Service Public Fédéral Mobilité et Transports ont contribué à définir les alternatives pour une mobilité plus durable proposées aux détenteurs d'une voiture de société. Pour plus d'informations, voyez <https://lebudgetmobilitte.be/>

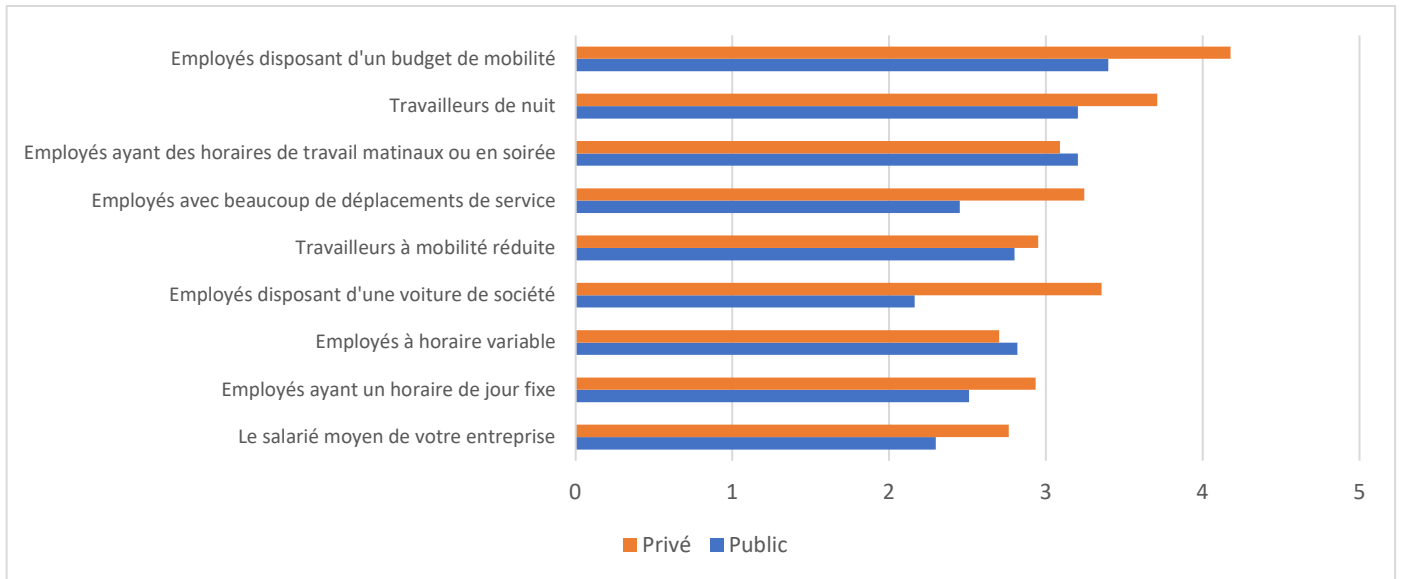


Figure 7: Estimation de l'intérêt des employés pour l'utilisation d'une offre MaaS, en fonction du régime de travail de ceux-ci et le secteur de l'organisation (échelle de 0 à 5)

2.5 Raisons d'utilisation d'une solution MaaS par les employés

Lorsqu'on demande aux entreprises d'évaluer quelles pourraient être les raisons d'utilisation pour leurs employés d'une solution MaaS, on observe qu'en moyenne, l'ensemble des propositions sollicitent un vif intérêt auprès des répondants. En effet, l'ensemble des réponses se trouvent au-dessus de 2 sur un total de 3. On constate également peu de variation entre les différents résultats. Cela signifie que l'ensemble des propositions semblent pertinentes. Une application MaaS devrait être une solution flexible, abordable et conviviale qui permettrait d'atteindre l'objectif d'un transport quotidien plus fluide et plus durable pour les déplacements domicile-travail.

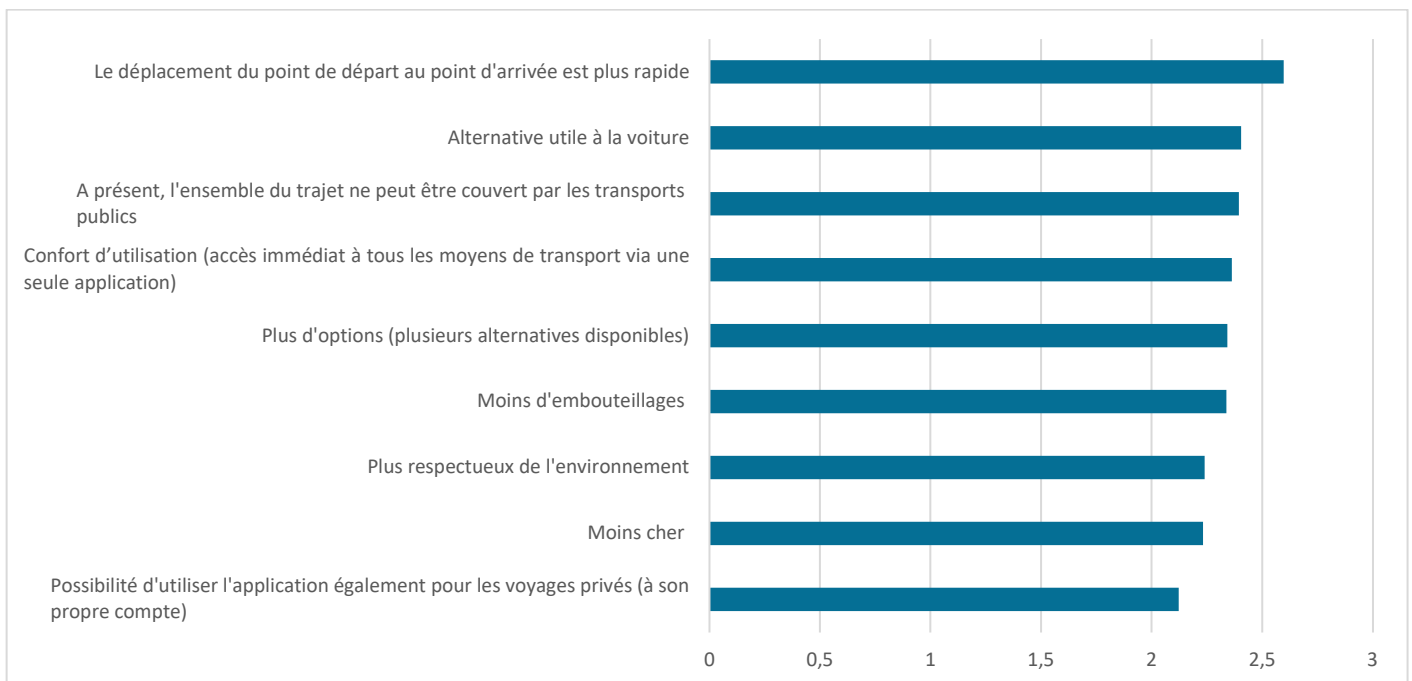


Figure 8 : Raisons pour lesquelles les travailleurs utiliseraient l'offre MaaS. Celles-ci sont évaluées sur une échelle de 0 à 3 par les répondants.

Il est ressorti des groupes de discussions que les raisons d'utilisation sont diverses pour chaque employé. Premièrement, une mobility manager d'une entreprise de matériaux de peinture expliquait qu'elle observait une différence entre les besoins en mobilité en fonction des générations. Les jeunes seraient, selon ses constatations, en général plus enclins à changer leurs habitudes afin d'opter pour des solutions plus respectueuses de l'environnement. C'est un point de vue qui a été partagé par plusieurs participants. Un participant travaillant dans les ressources humaines d'une entreprise de diffusion explique que « *la nouvelle génération est en général plus prête à avoir une voiture moins coûteuse et combiner celle-ci avec d'autres moyens flexibles* ».

Identifier les besoins des employés est essentiel lorsqu'il s'agit de choisir une solution MaaS pour une entreprise. Le besoin de bouger parce que c'est bon pour la santé est, par exemple, quelque chose auquel une application MaaS comportant des possibilités comme le vélo pourrait répondre. Les besoins sont donc multiples et varient au cours du temps. C'est la raison pour laquelle les solutions doivent être flexibles. Cette flexibilité est d'autant plus nécessaire au vu de l'impact de la crise COVID en termes de télétravail ou de proposition d'horaire variable.

De plus, une société d'assurance explique que « *les changements au niveau des infrastructures qui se passent actuellement, ou l'augmentation des prix des parkings, vont faire de la voiture un mode moins intéressant et vont obliger les gens à changer leur mode de déplacement et aux entreprises à changer l'offre* ».

2.6 Volonté de proposer ou de tester une solution MaaS auprès des employés

L'enquête s'intéressait ensuite à l'intérêt des employeurs à présenter les services de mobilité MaaS à leurs employés ou à démarrer un projet pilote avec une partie de ces derniers. Cet intérêt est évalué sur une échelle de 1 à 5. Le tableau ci-dessous reprend, dans un premier temps, la moyenne des résultats pour l'ensemble des participants. Par après, il différencie ces résultats en fonction du secteur (public ou privé), ainsi que de la taille des entreprises interrogées (supérieure ou inférieure à 200 employés). Enfin, il distingue les résultats en fonction de la densité du lieux où elles se situent.

	Moyenne Totale	Secteur		Taille entreprise		Densité	
		Public	Privé	<200	>=200	Zone dense	Zone moins dense
Intérêt à présenter les services de mobilité MaaS à leurs employés	2,9	2,7	3,1	2,6	3,3	3,4	2,4
Intérêt à commencer un projet essai pour une partie d'employés	2,6	2,2	3,1	2,3	3	3,1	2,1

Tableau 3 : Disposition à présenter ou à tester une solution MaaS auprès des employés, en fonction du secteur, de la taille de l'organisation ainsi que de la densité de population de la zone où elle se trouve (échelle de 1 à 5)

Tout d'abord lorsqu'on regarde l'intérêt des entreprises à présenter les services de mobilité MaaS à leurs employés, on constate que l'ensemble des résultats est supérieur à 2,5 sur 5. Cela démontre un intérêt positif pour cette première question. Celui-ci est supérieur pour le secteur privé (3,1) par rapport au public (2,7), pour les grandes (3,3) plutôt que les petites entreprises (2,6) et pour les zones plus densément peuplées (3,4). Ceci s'explique notamment par le fait que le secteur privé peut offrir d'avantage de moyens – et notamment des voitures - pour leurs employés en termes de solutions de mobilité. Comme mentionné précédemment, c'est également le cas des

grandes entreprises. Enfin, les zones plus denses ont une plus grande accessibilité en termes de transport en commun et autres solutions de mobilité ce qui rend l'offre MaaS plus attrayante.

Lorsqu'on observe ensuite l'intérêt des entreprises à démarrer un projet pilote avec une partie de leurs employés, ce résultat est inférieur à la moitié pour le secteur public (2,2), les plus petites entreprises (2,3) ainsi que les zones moins denses (2,1). Cela peut être dû aux mêmes raisons que celles mentionnées au paragraphe précédent.

Il y a aussi des secteurs où les conditions ne sont pas favorables à l'utilisation de solutions MaaS. La voiture de société est parfois un outil de travail et permet de se déplacer vers la clientèle ou sert à transporter du matériel comme par exemple dans le secteur de la construction. Dans ces cas, la voiture reste primordiale pour les entreprises et n'est pas forcément remplaçable par une offre MaaS.

Utilité des tests avant un déploiement plus large

Cependant, ce qui est marquant dans ces résultats, c'est la différence entre l'intérêt à présenter les services de mobilité et l'intérêt à commencer un projet d'essai. En effet, lorsqu'on compare les résultats à ces deux questions, on constate que les organisations publiques préfèrent, en moyenne, directement présenter la possibilité d'une application MaaS à leurs employés plutôt que de commencer un projet d'essai. Un facteur pouvant expliquer cet écart de 0,25 en moyenne est notamment la forte croissance du télétravail suite à la crise COVID. En effet, l'enquête ayant été réalisée en juin 2020, il se peut que cela ait impacté les réponses des personnes interviewées. La période ne semble pas propice à réaliser un projet pilote. On ne retrouve pas cette différence pour le secteur privé.

Il faut néanmoins prendre ces résultats avec précaution car certaines entreprises peuvent avoir évalué un intérêt inférieur à 2,5 afin d'exprimer qu'elles travaillent déjà avec une solution MaaS et n'ont donc plus besoin de présenter le concept ou l'introduire à l'aide d'un projet pilote au sein de leur organisation.

C'est notamment le cas de deux participants aux groupes de discussion. Le premier, mobility manager d'une entreprise appartenant au secteur de l'énergie, explique que le test leur a permis d'identifier les attentes de leurs employés. Ils en ont notamment conclu que leurs employés étaient plutôt demandeurs d'une carte de paiement avec un certain budget plutôt que d'une application de type « route planner ». Un autre participant provenant d'une entreprise proposant des services de ressources humaines ajoute que « *laisser la possibilité aux employés de tester plusieurs alternatives à la voiture, leurs permet de s'intéresser à ces autres modes* ».

2.7 Pistes de mesures pour les pouvoirs publics

La dernière question de l'enquête MaaS avait pour objectif d'évaluer l'avis des répondants quant à des mesures politiques qui pourraient être prises dans le but de favoriser le développement de ce concept en Belgique. Il faut noter qu'il s'agit d'une enquête réalisée par le service public fédéral mais que les mesures relèvent des différents niveaux de pouvoir, y compris du niveau local.

L'ensemble des mesures récoltent un intérêt positif, supérieur à 2 sur 3 (voir figure 9 ci-dessous). On constate peu de variation entre les résultats ce qui signifie que les mesures semblent pertinentes dans leur ensemble. Les trois mesures qui sont considérées toutefois comme les plus importantes sont : fournir un cadre fiscal favorable, rendre les alternatives à la voiture dans le budget de mobilité plus attrayantes et améliorer les pôles de mobilité et l'infrastructure des lieux d'échange (P+R parkings à vélos). Ces trois mesures atteignent un score d'approximativement 2,7 sur 3.

Les participants aux groupes de discussions sont d'accord sur le fait qu'il est nécessaire que le cadre fiscal soit simple, cohérent et transparent. Certains soulignent la nécessité de diminuer l'attrait fiscal de la voiture. D'autres

réagissent sur le fait qu'il faut toutefois faire en sorte de garder un package salarial compétitif. Certains ajoutent également l'importance d'avoir une solution accessible au plus grand nombre.

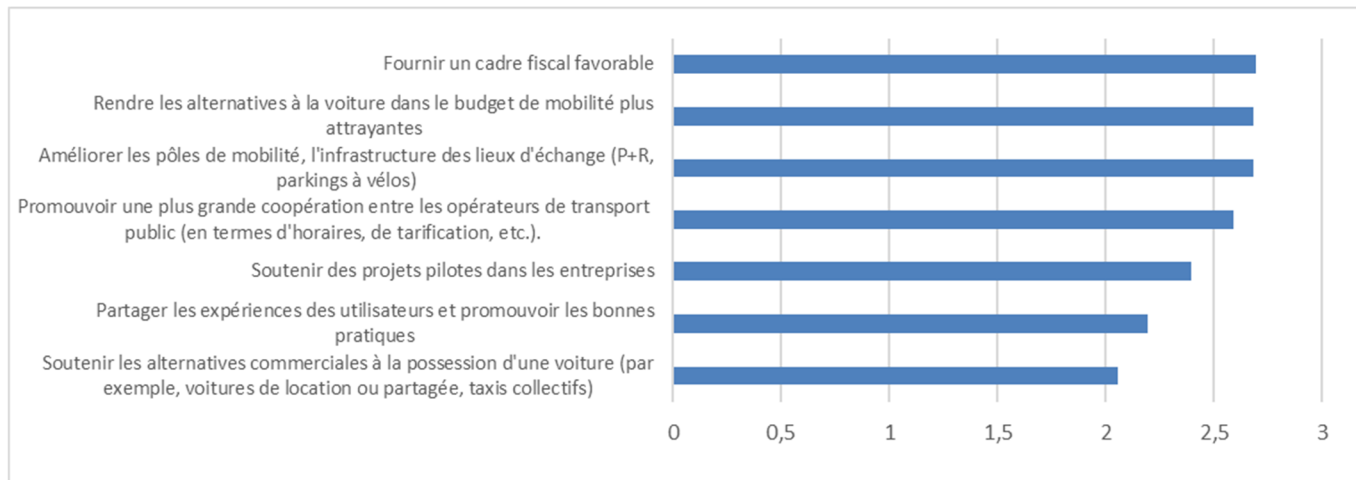


Figure 9: Intérêt accordé par les répondants aux mesures que pourraient prendre les pouvoirs publics pour stimuler le MaaS (échelle de 0 à 3)

Ensuite, un participant aux groupes de discussion explique que « *c'est important d'attirer l'utilisateur avec des infrastructures ainsi qu'en adaptant le code de la route* ». Une participante du secteur des assurances ajoute « *qu'il faut prêter attention au fait que pouvoir se déplacer correctement et en toute sécurité semble encore être un problème* ». Nous avons reçu des remarques similaires pour la question ouverte de l'enquête. On attire l'attention sur le fait que les moyens de transport durables ont besoin de mesures d'accompagnement appropriées, par exemple de meilleures infrastructures cyclables.

Lorsqu'on aborde l'attractivité des modes alternatifs à la voiture, les participants insistent sur la nécessité de complémentarité entre les différents modes afin d'encourager la multimodalité et diminuer les temps de trajet. De plus, ils mettent l'accent sur la flexibilité tarifaire afin de proposer des formules telles que le Brupass XL, récemment mis en place par les 4 opérateurs de transports publics belges à Bruxelles et en périphérie, ou la possibilité d'acheter 100 trajets plutôt qu'un abonnement récemment élaborée par la STIB.

3. Conclusion

Bien que les participants à l'enquête représentent quelques dizaines de milliers de travailleurs, notre enquête n'a pas l'ambition d'être représentative de l'ensemble des employeurs belges. Quoi qu'il en soit, en principe, seules les organisations comptant 100 membres du personnel ou plus ont été interrogées et il s'agit probablement surtout de grandes organisations où un membre du personnel peut consacrer suffisamment de temps aux dossiers de mobilité et donc aussi à de telles enquêtes. En outre, il se peut qu'une telle enquête suscite principalement l'intérêt de ceux qui sont déjà favorables à des solutions de mobilité innovantes et plus durables.

Il n'empêche qu'on constate une grande disponibilité à travailler sur des alternatives aux déplacements domicile-lieu de travail en voiture. Même si les répondants ont des contextes professionnels situations de travail très diverses, ils ont en commun la volonté de réduire la part des déplacements domicile-lieu de travail effectués en voiture sans passager. Il y a différents moyens de mettre en place ces alternatives : certains participants n'ont pas besoin de solutions MaaS et misent sur la promotion directe des modes de transport durables. En fonction de facteurs tels que le secteur d'activité et la localisation de l'organisation, le MaaS B2B offre une solution appropriée.

Sans faire de promotion ou donner plus d'explications, une petite majorité des participants répond favorablement à l'application éventuelle d'une offre MaaS dans leur organisation. C'est beaucoup pour un concept innovant, même si le terrain a sans doute été défriché par le budget mobilité. De plus, certaines entreprises participantes utilisent déjà une offre MaaS. Cette attitude favorable est perceptible lorsqu'on demande directement si les participants sont disposés à introduire un tel système dans leur organisation et lorsqu'on s'enquiert de l'intérêt supposé des travailleurs, mais on la constate aussi indirectement au travers du large éventail de moyens de transport et de services de mobilité que l'on veut intégrer dans l'offre MaaS. Notre enquête confirme que le MaaS est susceptible de constituer un outil pour promouvoir une mobilité plus fluide et plus durable grâce à une offre de transport intermodale abordable, confortable, flexible et facilement accessible. Regardons bien les services de mobilité qui existent en plus des moyens de transport : ce qui caractérise le MaaS, c'est que tout ce qui est nécessaire pour se déplacer peut faire partie du package, y compris le ravitaillement en carburant ou la recharge des véhicules, l'assistance en cas de panne ou le remplacement dans des situations imprévues.

Ces exemples montrent également que le MaaS peut servir non seulement à remplacer la voiture, mais aussi à compléter. C'est encore plus vrai si l'on se penche sur le niveau familial. Il se peut qu'une offre MaaS attrayante puisse pousser les gens à décider qu'une seule voiture est suffisante pour toute la famille.

Les répondants voient les plus grandes possibilités de mise en œuvre du MaaS B2B dans les entreprises où les travailleurs reçoivent une intervention généreuse pour l'utilisation de la voiture, soit directement avec une voiture-salaire, soit par le biais du budget mobilité existant. Par conséquent, les possibilités sont plus grandes dans le secteur privé que dans les institutions publiques et dans le secteur non-marchand. Le budget mobilité a suscité de nombreux échanges de vues dans nos groupes de discussion. D'après les nombreuses discussions menées avec divers stakeholders, le budget mobilité apparaît comme un levier important pour une application plus large du MaaS.

Certains fournisseurs MaaS misent là-dessus. Cette stratégie est payante, car si le MaaS peut être vendu au voyageur/navetteur pour sa plus grande facilité d'utilisation, cela doit également être possible dans le contexte B2B à l'égard de l'employeur. Les employeurs attendent du produit proposé qu'il soit efficace, qu'il simplifie les tâches administratives, qu'il leur permette de se faire une meilleure idée de la situation et d'établir des rapports et ils souhaitent, si possible, que tout soit regroupé sur une seule facture. En outre, il est inévitable que les employeurs accordent une grande importance au prix s'ils doivent conclure un contrat avec un fournisseur de MaaS.

En résumé, lorsqu'il est réalisable et abordable, le MaaS B2B est attrayant, car il combine l'aspect écologique avec d'autres tendances sociales telles que la digitalisation et le télétravail, ce dernier étant susceptible de se maintenir à un niveau plus élevé qu'auparavant même après la crise de la COVID. Cela exige une plus grande flexibilité qu'une solution unimodale conçue pour une semaine de cinq jours de travail, comme une voiture-salaire ou un abonnement de train. De cette façon, le MaaS B2B peut offrir un modèle gagnant-gagnant. L'offre et la demande sont disponibles, et les décideurs politiques à tous les niveaux peuvent se mettre au travail pour accélérer son déploiement. En outre, cela peut se faire dans une large mesure en prenant des dispositions qui profitent à tous ceux qui souhaitent utiliser des alternatives à leur propre voiture.