



Plateforme de recherche et d'expérimentation  
pour le développement de l'innovation dans la mobilité

## **Nouveaux services de mobilité et systèmes de transport intelligents**

***Quels modèles économiques ? Quelle place pour les systèmes coopératifs, les automatismes et la robotique ?***



# olivier SEGARD

*Télécom Ecole de Management*

Les systèmes coopératifs ne partent pas de zéro. La phase de recherche fondamentale a surtout porté sur la technologie. SCORE@F est un projet préindustriel qui doit se préoccuper des problèmes d'acceptabilité, de création de valeur et au final de modèle économique, de la répartition de la valeur et des revenus entre les acteurs.

## **Vision marketing**

Le projet SCORE@F s'est focalisé sur l'automobile. Une réflexion sur le modèle économique ciblée sur le consommateur a été amorcée. Celui-ci se connecte avec son smartphone à domicile, au travail ; il utilise un système de navigation dans son véhicule.

L'expérimentation de juillet à septembre a montré que les testeurs du système cherchaient une référence à ce qui existe (Tomtom, Coyote, ...), et se demandaient dans quelle mesure il leur était possible de retrouver ces types d'applications. Le référentiel marketing doit donc prendre en compte ces repères existants.

Les systèmes coopératifs offrent une multitude de services « car-to-enterprise ». Le terme concerne en fait non seulement les entreprises mais également les collectivités, les institutionnels et les commerces ; par exemple, des services de gestion de places de parkings, d'horodateurs, de commerce local...

## **Les applications commerciales**

Elles sont classées en plusieurs domaines :

- Certaines applications de sécurité qui seront offertes par les constructeurs, d'autres seront payantes (par exemple, alerte pour le vol d'un véhicule) ;
- Certaines applications qui seront basées sur le profil du conducteur : des personnes roulent plutôt le jour ou la nuit... Ces informations pourraient intéresser des acteurs du domaine de l'assurance, de l'autopartage, de la location de voiture ;
- Les « POI » (points d'intérêts) qui comprennent les services de commerce électronique, les transports multimodaux, la gestion des parkings ;
- La coordination et le contrôle à destination des professionnels (gestion de flotte, coordination des taxis, gestion logistique ...) ;
- Les services de téléchargement de média, le téléchargement et la mise à jour de cartes, les réseaux sociaux...

Les consommateurs sont exigeants. Ainsi, durant les tests, le système a diffusé une information sur le sous-gonflage des pneus. Les consommateurs se sont demandé pourquoi l'information était diffusée par l'infrastructure (PMV) et à l'intérieur du véhicule. Il faut également que le message arrive au bon moment, qu'il soit contextualisé (moment où le conducteur peut être attentif, en lien avec les capteurs de pression des pneus...).

## Les principaux acteurs

Les principaux acteurs appartiennent au domaine :

- Des constructeurs et équipementiers ;
- Des transporteurs routiers et gestionnaires d'infrastructures routières ;
- Des infrastructures de télécommunication ;
- Des développeurs de logiciels ;
- Des entreprises développant des services (services de sécurité routière, services de gestion de trafic routier, services de mobilité).

Par rapport aux marchés classiques des constructeurs automobiles, les systèmes coopératifs font appel au monde des télécommunications et d'internet. Ces deux mondes vont se lier de plus en plus. De nouveaux plans d'affaires vont naître dans cette chaîne de valeur, faisant appel à la connectivité, aux télécoms, à l'internet, au paiement sur mobile. D'autres acteurs pour les développements de services vont émerger comme les fournisseurs de services à la mobilité.

Les solutions standardisées et ouvertes permettent de réaliser facilement des développements par des collectivités territoriales, dans le cadre de partenariats publics-privés, par des entreprises.

## Architecture de valeur - Tensions fondamentales

Le domaine des systèmes coopératifs est en train de se structurer sur le plan du déploiement des systèmes et des aspects économiques (rentabilité de ces systèmes). Des tensions apparaissent entre l'historique et le prospectif, entre la sécurité gratuite et l'e-commerce payant, entre l'automatisation et l'individu (dimension sociétale entre la concurrence et la coopération). La dimension technologique fait apparaître la différence entre des solutions ouvertes et des solutions plus propriétaires.

La dimension juridique et la décision arbitraire d'un opérateur peuvent constituer aussi un frein : le réseau 3G appartient à un opérateur télécom qui veut être financé pour assurer les transferts de données. Il est incontournable et peut décider si telle ou telle donnée peut transiter sur son réseau comme par exemple des données de sécurité qui sont sensibles et pourraient engager sa responsabilité.

Le consortium SCORE@F permet de tester des liens entre les acteurs, de pré-industrialiser des solutions, d'entrevoir des tensions.

### Eléments du modèle économique

Les plans d'affaires développés au moment de la vague internet s'appliquent bien aux marchés de l'information, ce qui est le cas pour les systèmes coopératifs. Pour les instances publiques et les collectivités, une culture nouvelle du « business model » est à développer. Le fait de disposer de données privées sur les consommateurs induit aussi de suivre des dispositions réglementaires : stockage, utilisation de ces données, à quelles fins ?, peut-on récupérer et traiter les données en cas d'accident ? Le marché des données existe et sa gestion passe par des entreprises coutumières du web.

## Conclusions

SCORE@F permet d'observer chacune des entreprises et ses intérêts. Les expérimentations auprès des consommateurs vont permettre de différencier « les business models » pour les services de trafic, les services de mobilité, les services de réseaux sociaux...

L'équation de lancement des services est posée compte tenu du faible taux de véhicules équipés au départ et de l'intégration des systèmes existants pour certaines fonctions (navigation, trafic), l'exploitation des données disponibles (open data), l'achat de données produites par des entreprises, l'exploitation des données sur les réseaux sociaux (à partir du service de covoiturage opportuniste, retrouver un client sur les réseaux sociaux permet de dresser son profil et de l'exploiter).

Le financement du déploiement pourrait être assuré avec des services basé sur le e-commerce.