

Évaluation du marché potentiel pour un service d'autopartage électrique en milieu rural en Outaouais

Hugo ROBERT, Étudiant en maîtrise professionnelle, hugo.robert@polymtl.ca
Supervisé par Pre Catherine Morency

Contexte:

- Plusieurs impacts négatifs associés aux ancrés sur l'automobile privée.
- La pandémie de COVID-19 a transformé nos comportements; notamment: forte adoption du télétravail.
- Télétravail = réduction de la fréquence de déplacements → certains ménages possèdent des véhicules qu'ils n'utilisent que peu fréquemment.
- Autopartage: alternative au second, voire troisième, véhicule des ménages en milieu rural.

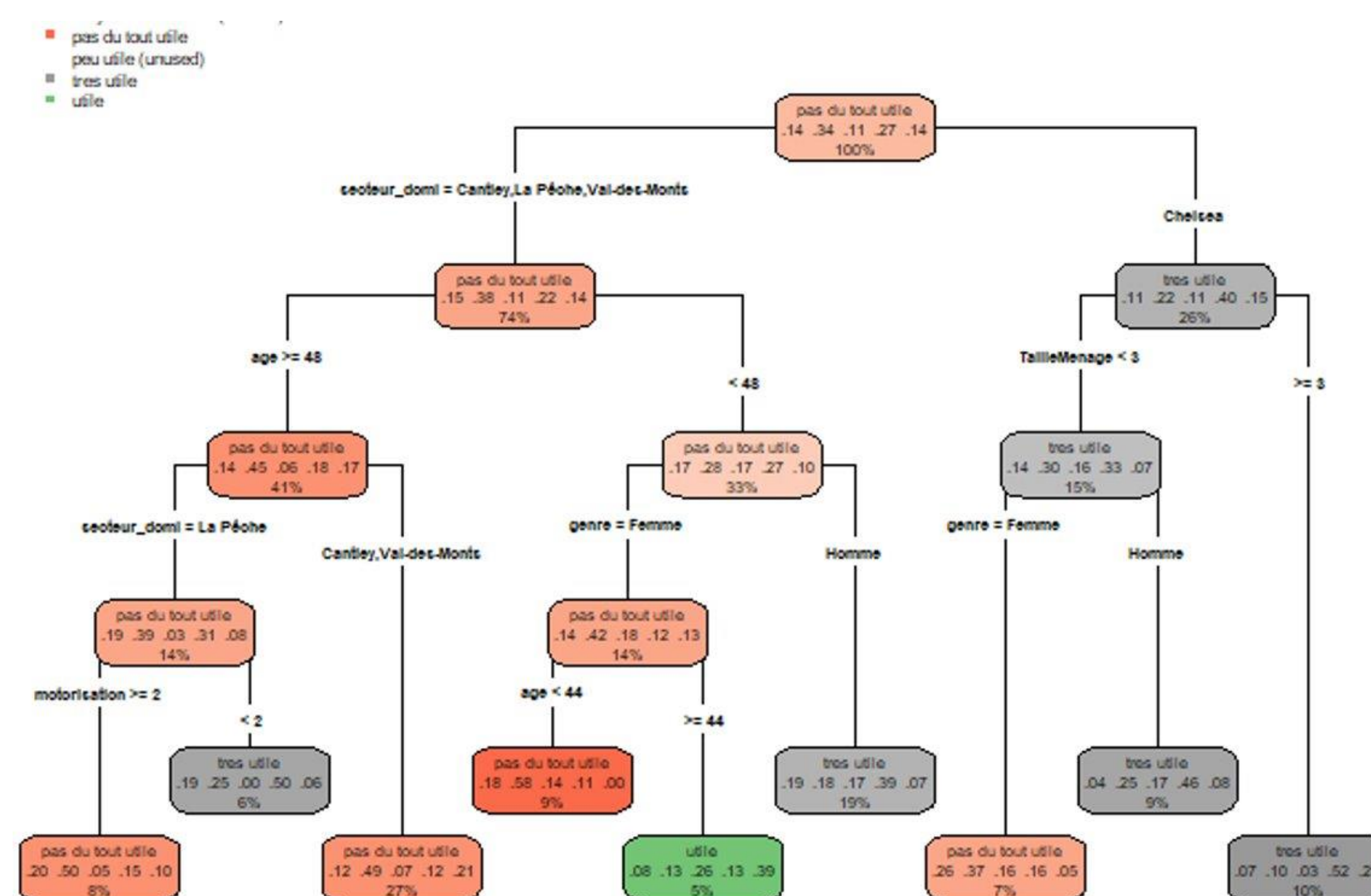
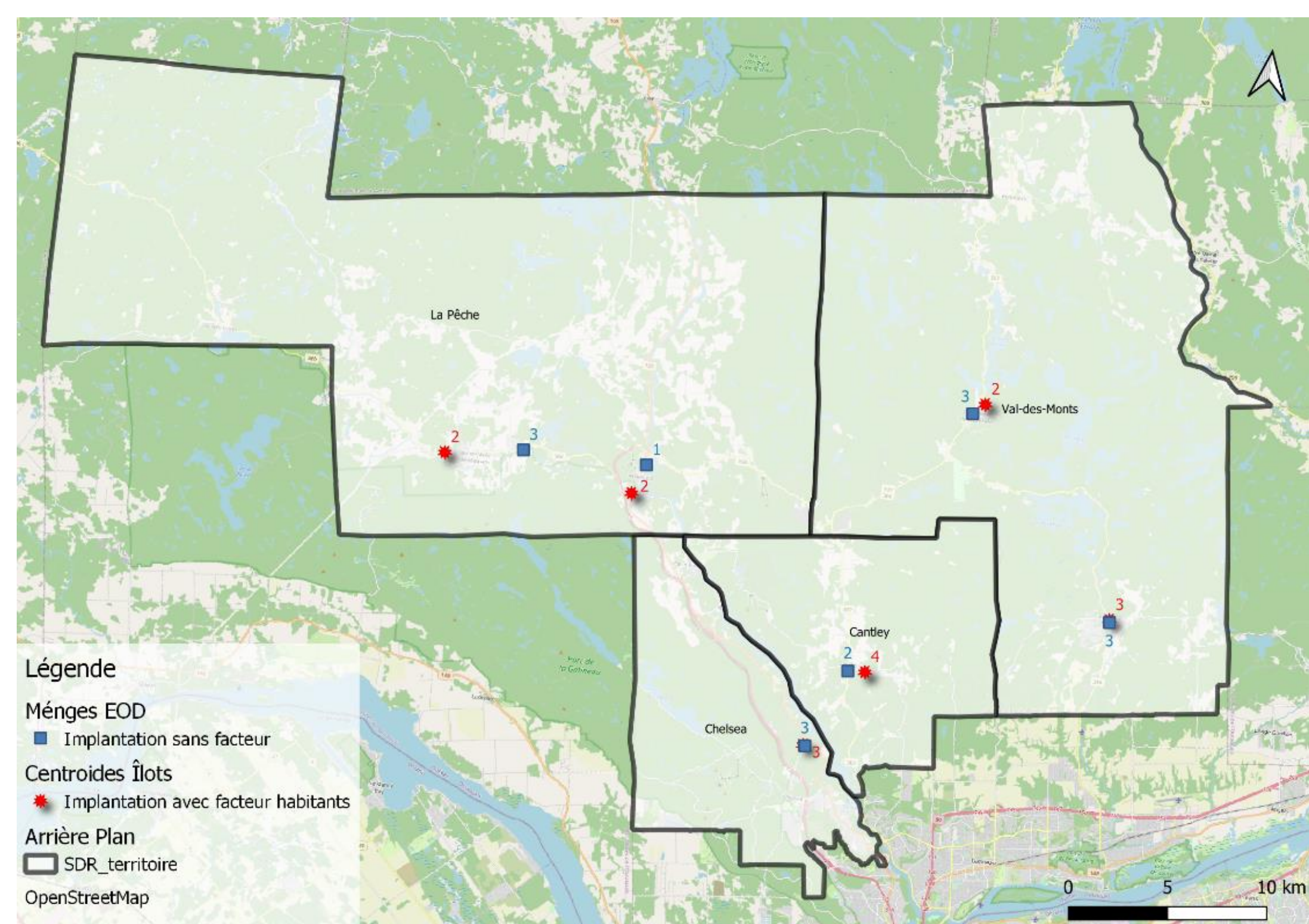
Objectifs :

- Évaluer le **marché potentiel** d'un service d'autopartage avec des véhicules électrique en milieu rural.
- Déterminer les **besoins en mobilités** de la population, notamment avec une projection post-Covid.
- Optimiser la **localisation des stations** et développer des **scénarios** pour l'implantation du service.

Méthodologie :

- | | | | |
|--|--|--|--|
| <p>Revue de littérature</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilité et autopartage en milieu rural • Localisation d'implantations d'installations | <p>Diagnostic du territoire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Population et ménages • Mobilité et transports • Utilisation du sol | <p>Implantation du service d'autopartage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Localisation des points optimaux d'implantation et estimation véhicules par station nécessaires • Développement de scénarios d'implantations et de typologie de service | <p>Enquête</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluation du marché potentiel • Caractériser les potentiels usagers • Influence de la Covid-19 sur la population • Perceptions des individus |
|--|--|--|--|

Résultats :



- Potentiels usagers**
- Secteur dense et proche de la grande ville voisine
 - Ménages de 3 personnes ou plus, possédant moins de 2 véhicules
 - Fort intérêt pour l'électrification du service
 - Ménages qui :
 - cherchent à réduire leur coût de possession automobile,
 - considèrent que la voiture a un impact négatif sur l'environnement (contraire aux valeurs des personnes du ménage)
 - ont un faible attachement à avoir leur propre véhicule.

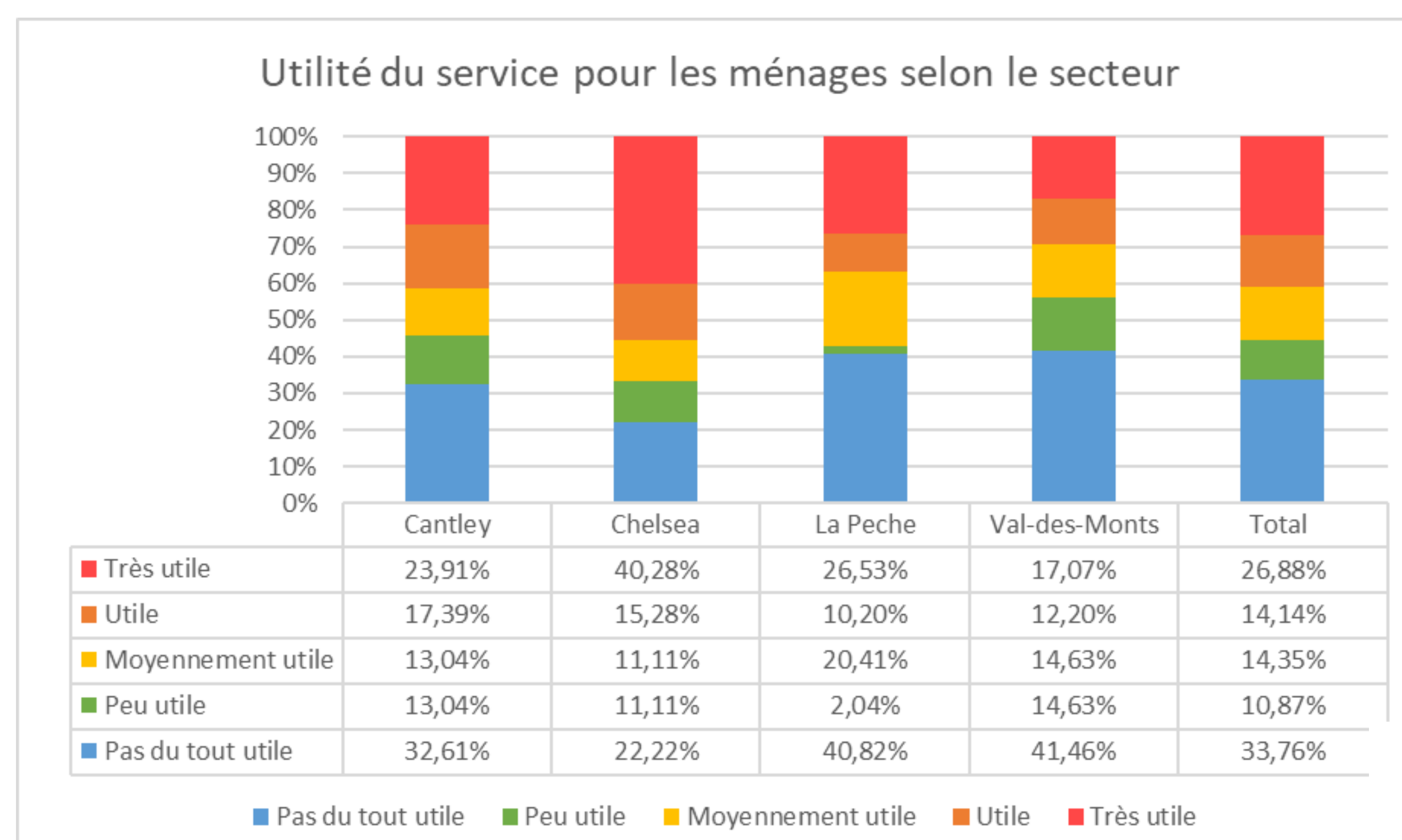
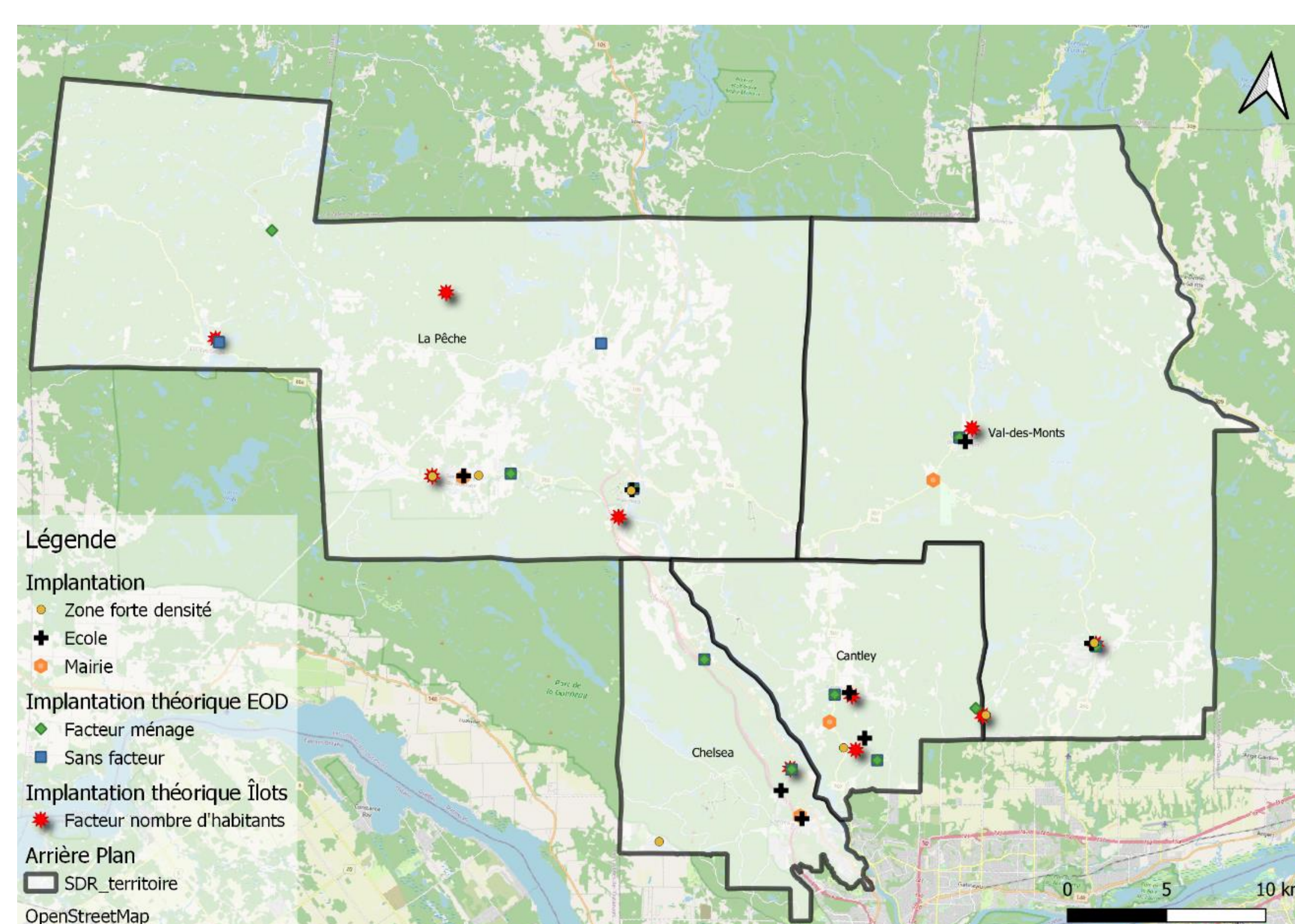


Fig. 4 : Evaluation du marché potentiel selon l'utilité perçue du service par les répondants de différents territoires

