



autosBus
moins de voitures autour des villes



Réseaux d'autostop et de covoiturage instantané Comment apprécier le succès ?

17/10/2016

Les réseaux d'autostop visent à sécuriser et à amplifier les pratiques d'autostop libre afin d'en faire un mode de transport attractif et économique dans les zones rurales et périurbaines. Un réseau d'autostop comprend au minimum des signes de reconnaissance pour les conducteurs et passagers et des arrêts d'autostop signalés par des panneaux. Parler de covoiturage instantané peut être juste un autre mot pour la même chose. Cela peut aussi inclure un affichage du temps d'attente grâce à des moyens numériques.

Notre Collectif a enquêté sur sept réseaux d'autostop en périphérie de [Bruxelles](#), [Colmar](#), [Liège](#), [Romans](#), [Saint Etienne](#), [Toulouse](#) et [Trento](#) (IT). Nous avons également produit deux synthèses, respectivement sur l'[autostop organisé](#) et l'[autostop libre](#).

Voici quelques uns de nos constats :

- L'autostop libre fonctionne bien sur 'les routes de voisinage' si la circulation est suffisante (au moins 1000 véhicules / j), si l'on choisit un bon emplacement et si l'on utilise une fiche de destination. Dans ce cas, les temps d'attente sont de moins de cinq minutes en moyenne et il y a peu d'échecs (nous considérons une attente de plus de 15 minutes comme un échec). Ces bons résultats s'expliquent par le fait que sur une route de voisinage les conducteurs et les passagers s'attendent à retrouver des connaissances ou des personnes qui leur ressemblent. La fiche de destination indique une localité proche. Tout cela est rassurant.
- Ces bons résultats peuvent être encore deux fois meilleurs sur un itinéraire où les gens se sont familiarisés avec l'autostop car les conducteurs s'habituent à voir des passagers au bord de la route et à les prendre. Les réflexes s'installent et l'image de l'autostop s'améliore.
- L'autostop libre est beaucoup moins efficace sur les grands axes. Les sorties de ville sont particulièrement difficiles.
- Dans les territoires desservis par un réseau d'autostop organisé, le nombre d'inscrits représente souvent quelques pourcent de la population, quasiment jamais plus de 5%. De ce fait, la probabilité d'être embarqué par un conducteur inscrit est souvent très faible.
- Parmi les inscrits, rares sont les passagers qui pratiquent réellement l'autostop.
- Dans les territoires desservis, les réseaux d'autostop sont relativement bien connus et contribuent à améliorer l'image de ce mode de déplacement.

Sur la base de ces constats, nous faisons ci-dessous quelques propositions pour apprécier le succès d'un réseau d'autostop.

Qu'est-ce que le succès d'un réseau d'autostop ?

Nous pensons que le succès d'un réseau se trouve au bout de plusieurs cheminements vertueux et convergents :

- Des conducteurs s'inscrivent, voient des passagers aux arrêts et les embarquent.
- Des passagers s'inscrivent, se rendent aux arrêts et sont embarqués rapidement par des conducteurs inscrits, bénéficiant ainsi de la sécurité apportée par le réseau
- Les passagers inscrits acceptent également de faire confiance à des conducteurs non inscrits et sont embarqués rapidement
- Les conducteurs non inscrits se familiarisent avec l'autostop et acquièrent le réflexe d'embarquer les passagers attendant aux arrêts
- Des passagers non-inscrits se mettent également à pratiquer l'autostop

Il est donc envisageable de définir le succès d'un réseau selon toute une série de critères :

- Beaucoup de conducteurs et de passagers s'inscrivent
- Beaucoup de passagers inscrits sont embarqués par des conducteurs inscrits et attendent peu
- Beaucoup de passagers inscrits sont embarqués par des conducteurs inscrits ou pas et attendent peu
- Beaucoup de passagers inscrits ou pas sont embarqués par des conducteurs inscrits ou pas et attendent peu

Nous savons par ailleurs que l'on doit définir le succès de façon différente selon les itinéraires. Il y a en gros trois catégories d'itinéraires :

- Très petites routes (moins de 1000 véhicules / jour – seuil à préciser)
- Routes de voisinage
- Grand routes

Comment apprécier le succès de façon simple ?

Presque tous les réseaux d'autostop pratiquent ou ont pratiqué des tests. Le test typique est réalisé par une demi-douzaine de passagers volontaires qui parcourent les arrêts du réseau. En une journée, une telle équipe peut ainsi réaliser une centaine de tentatives d'autostop à répartir entre les trois catégories d'itinéraires (très petite route, route de voisinage, grand route).

Il s'agit évidemment de compter les minutes d'attente mais nous pensons que l'on peut affiner ces tests en collectant les informations supplémentaires suivantes :

- Heure pleine / heure creuse
- Le conducteur est-il inscrit ?
- Le conducteur connaît-il d'autres arrêts du réseau ?
- Le conducteur a-t-il déjà vu des passagers aux arrêts qu'il connaît ?
- Le conducteur a-t-il déjà pris des passagers aux arrêts du réseau ? Si oui, quand cela est-il arrivé la dernière fois (plutôt une semaine, plutôt un mois, plus) ?
- Le conducteur a-t-il déjà pris des passagers dans le territoire environnant ? Si oui, quand cela est-il arrivé la dernière fois ?

Avec de tels tests, il devient possible de produire à peu près toutes les informations nécessaires pour apprécier le succès du réseau, c'est-à-dire :

- Temps d'attente moyen et pourcentage d'échecs (temps d'attente de plus de 15 minutes)
- Probabilité de trouver un conducteur inscrit / non inscrit
- Estimation du nombre de passagers inscrits / non inscrits pratiquant l'autostop

Avec une journée de test et une équipe de six personnes, la qualité statistique du test serait acceptable à condition de se concentrer sur un seul type d'itinéraire. Elle serait très faible s'il s'agissait d'apprécier le succès séparément sur les trois catégories d'itinéraires.

À noter que les tests de ce genre ont comme fonction principale d'animer le réseau et de familiariser la population à l'autostop. Si l'on en profite pour recueillir de l'information, c'est une information qui ne coûte pas cher.

Comment communiquer de façon crédible en direction des financeurs ?

Les financeurs veulent voir du résultat, et de préférence du bon résultat. Les informations ci-dessus sont de nature à satisfaire cette demande.

Les mesures de temps d'attente sont généralement de bonnes surprises mais le nombre de passagers estimé a toutes les chances d'être faible. Plutôt que de présenter des résultats 'absolus', il serait préférable de les comparer avec les résultats d'autres réseaux et de montrer que l'on fait mieux ou moins bien qu'ailleurs. D'où l'intérêt de standardiser la façon de collecter et de présenter l'information. Les propositions faites ci-dessus le permettent, mais d'autres le permettraient aussi. Il faudrait toutefois ajouter des précautions supplémentaires pour éviter de biaiser les mesures, telles que :

- Une proportion hommes/femmes constante dans les équipes de test
- Un jour de semaine constant, par exemple un mardi hors vacances scolaires
- Un test reporté en cas de mauvaise météo

Reste à espérer que le succès des réseaux d'autostop se voie suffisamment pour emporter la conviction. De ce point de vue, les informations chiffrées doivent absolument être illustrées, voire mises en valeur, par des récits de passagers et de conducteurs satisfaits.