

LA GÉNÉRATION Y ADORE LA MOBILITÉ COLLABORATIVE

Transport, logement, repas... la génération Y bouscule les codes de la consommation traditionnelle, jusqu'à en changer la donne.



Les 25-35 ans sont adeptes de tous les modes de consommation alternatifs aux offres traditionnelles. Ils prennent un VTC pour aller à l'aéroport, et préfèrent les confortables et économiques « bus Macron » au train (Crédits : DR)

Les « Millennials » roulent en Uber et en Blablacar. Ils ne vont pas à l'hôtel, mais programment leurs week-ends sur Airbnb et optent pour la location de voiture à un particulier sur le site Drivy. Les 25-35 ans sont adeptes de tous les modes de consommation alternatifs aux offres traditionnelles. Ils prennent un VTC pour aller à l'aéroport, et préfèrent les confortables et économiques « bus Macron » au train. Ils commandent un Heetch en sortant de boîte de nuit. Et le dimanche soir, ils font venir le restaurant chez eux en commandant un repas sur Deliveroo, depuis leur canapé. Bref. La génération Y bouscule les codes de la consommation traditionnelle et change la donne, jusque dans les transports.

LA STRATÉGIE DU PRIX MINI DE VOYAGE-SNCF.COM

Les professionnels de la mobilité n'ont donc eu d'autre choix que de s'adapter pour répondre à cette nouvelle demande. À commencer par la SNCF, qui, loi Macron oblige, a musclé son offre en proposant des trajets dès cinq euros en Ouibus. En effet, la libéralisation du marché des autocars attire un grand nombre d'opérateurs et génère une guerre tarifaire sans merci avec des prix de transport imbattables, entre 5 et 10 euros. Le ministre de l'Économie, Emmanuel Macron, table sur 200 lignes intérieures ouvertes d'ici à la fin de 2016. Par ailleurs, l'entreprise ferroviaire a étendu son offre de TGV à bas coût Ouigo, avec des tarifs à partir de dix euros... Pareil pour Hop!, qui a revu sa grille tarifaire (plus simple et plus agressive), dans le but de regagner des parts de marché sur les autres modes de transport, en particulier le train.

Voyages-Sncf.com l'a d'ailleurs bien compris : il faut miser sur la génération Y, et penser à ceux qui préfèrent voyager moins cher, quitte à passer plus de temps dans le(s) train(s). Ainsi, la nouvelle stratégie de la filiale de la SNCF consiste-t-elle à mettre en avant les prix les moins élevés possible, en tablant sur les jeunes qui préfèrent augmenter le nombre de correspondances, mais diminuer la facture à l'arrivée. Toujours pour séduire les plus jeunes, la plateforme d'e-tourisme, qui entend bien gagner la bataille pour le leadership de la distribution digitale du train, a également instauré un dialogue quasi permanent avec cette jeune cible : le voyageur peut désormais joindre un conseiller à tout moment, via Facebook. L'entreprise a récemment annoncé la mise en place d'un système d'envoi de messages utiles (comme indiquer le numéro du quai) et personnalisés transmis au voyageur via Messenger, au moment où cette information lui sera le plus utile.

LE SMARTPHONE, NOUVEAU SÉSAME DE

L'ÉMANCIPATION

Anciens et modernes se disputent les faveurs de la génération du système D, laquelle n'hésite pas à zapper. Certains vont carrément jusqu'à créer une offre nouvelle, en fonction d'un besoin identifié. À l'instar de Frédéric Mazella, qui aurait eu l'idée de fonder Blablacar faute d'avoir trouvé une place dans un train, tout en constatant un très faible taux d'occupation des véhicules sur l'autoroute. Idem pour Travis Kalanick qui, selon la petite histoire, aurait lancé Uber pour pallier une offre insuffisante de taxis à Paris. Ou encore de Teddy Pellerin, qui explique avoir créé Heetch afin de permettre aux jeunes comme lui de se déplacer la nuit.

Il faut dire que les acteurs traditionnels ont un temps de retard, estime Nicolas Louvet, directeur de l'institut de recherche 6-t. Cela s'explique selon lui par une certaine frilosité à l'égard du risque, ainsi que par des investissements souvent malheureux ou insuffisants.

Reste que « tout cela est bon pour la mobilité, analyse-t-il. Ce sont autant de solutions qui contribuent à retarder au maximum le passage à l'acte du jeune en matière d'achat de voiture et de permis de conduire. Parce qu'aujourd'hui, le jeune se déplace en smartphone », sourit-il.

Et de lancer :

« La voiture n'est plus le facteur d'émancipation aujourd'hui. C'est le smartphone. »

 **MOUNIA VAN DE CASTEELE**

