



IHEDATE, Marseille, le 17/12/2021

Mobility as a Service ?

Quels apports et comment s'y prendre pour des mobilités décarbonées et justes ?



Sommaire

1. MaaS : Késako ?
2. MaaS : Pour quoi faire ?
3. Panorama de quelques projets
4. Focus sur les initiatives françaises
5. Et demain ?



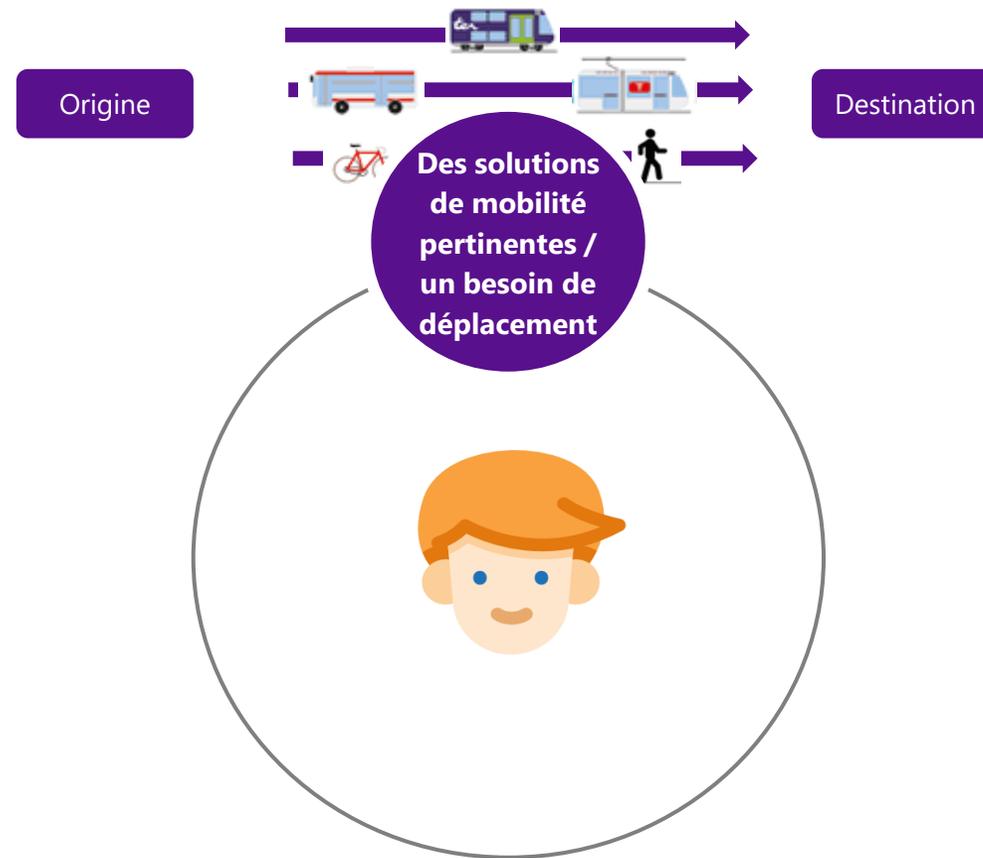
Sommaire

1. **MaaS : Késako ?**
2. MaaS : Pour quoi faire ?
3. Panorama de quelques projets
4. Focus sur les initiatives françaises
5. Et demain ?

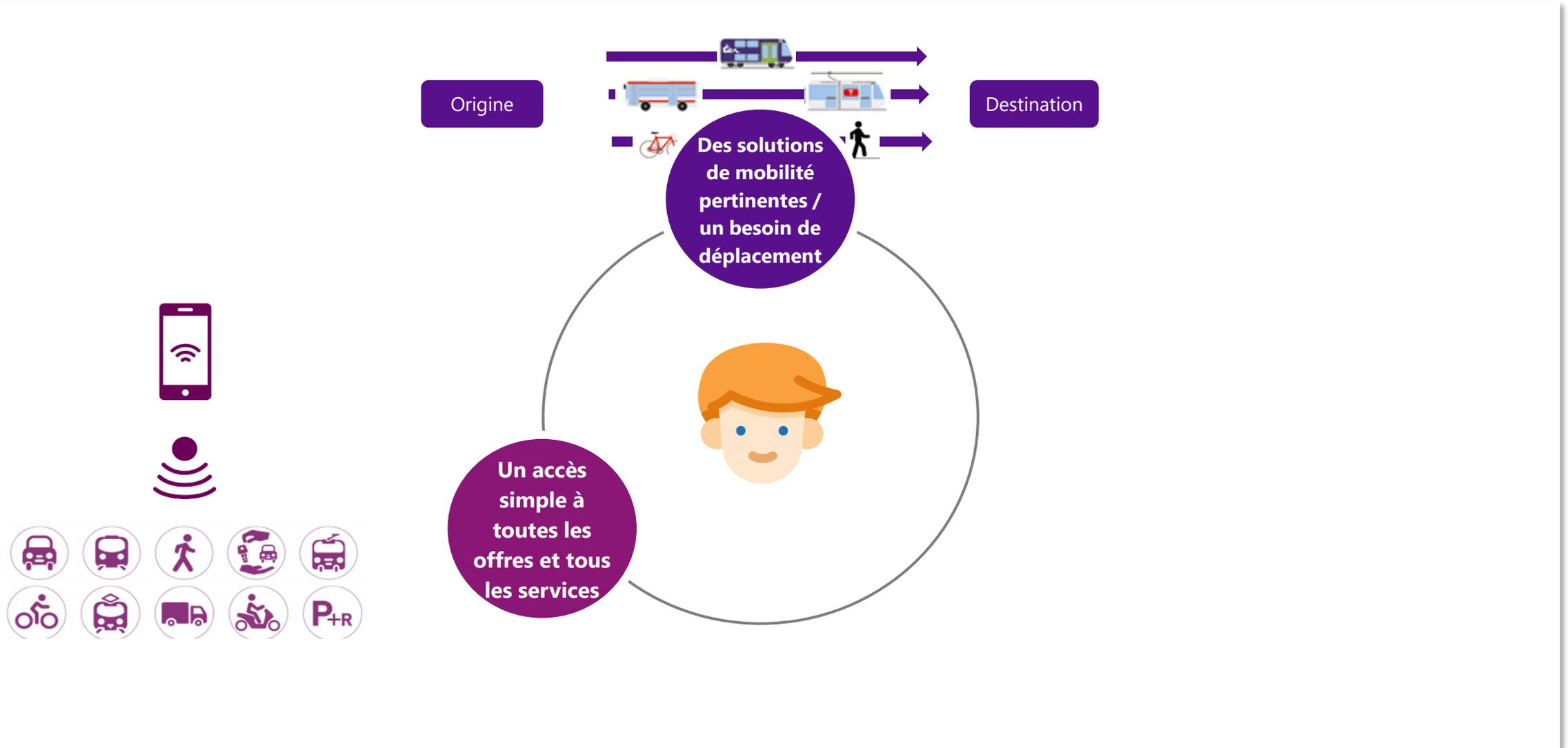
MaaS : késako ?



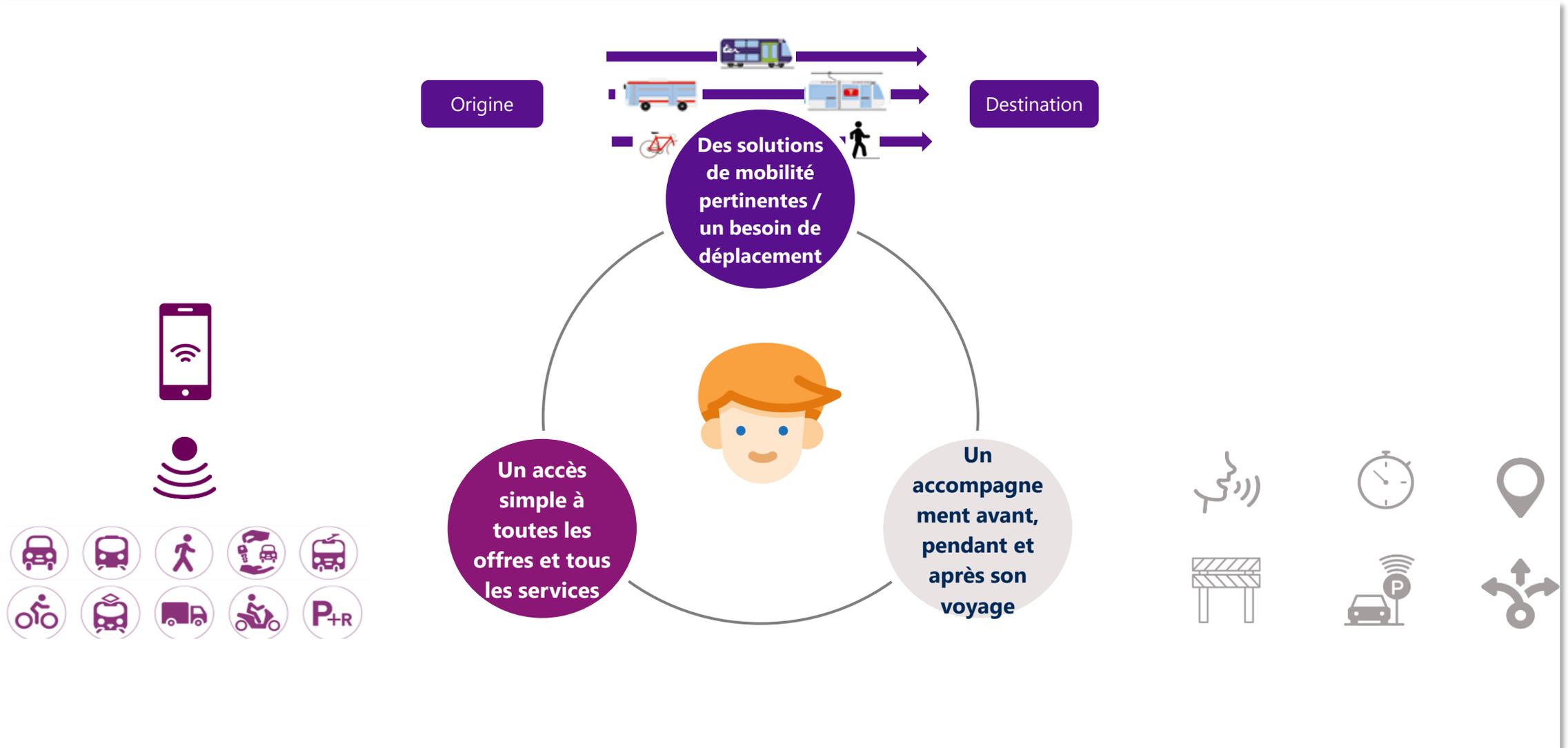
MaaS : késako ?



MaaS : késako ?



MaaS : késako ?



Sommaire

1. MaaS : Késako ?
2. **MaaS : Pour quoi faire ?**
3. Panorama de quelques projets
4. Focus sur les initiatives françaises
5. Et demain ?

LA PROMESSE DU MAAS, OU « MOBILITY AS A SERVICE » EST CELLE D'UNE MOBILITÉ FLUIDE ET INTÉGRÉE

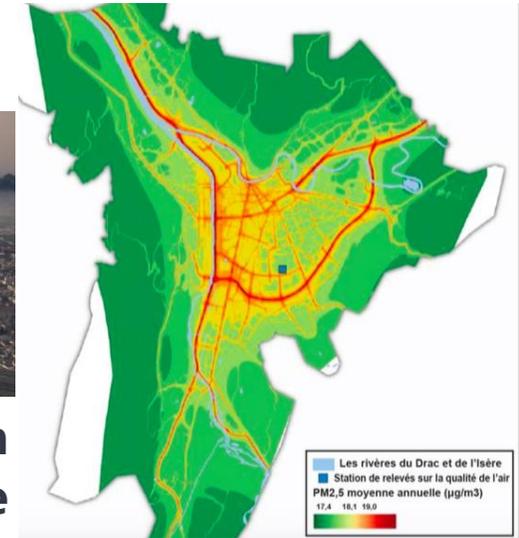
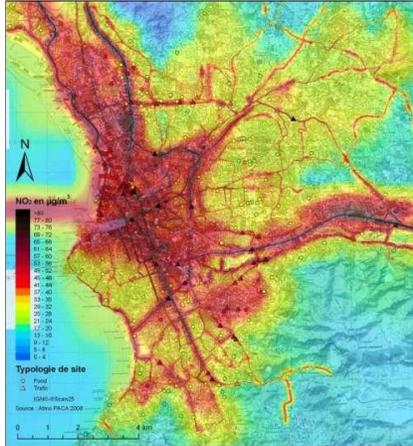


Comment offrir une expérience de paiement fluide et unifiée à l'utilisateur lorsqu'il navigue à travers un panorama de fournisseurs de mobilité différents, chacun d'eux ayant des modes et conditions de paiement distincts ?



DIFFÉRENTS ENJEUX POUR LA MOBILITÉ

Désaturer les infrastructures et réduire la congestion



Lutter contre la pollution atmosphérique et réduire drastiquement les émissions de CO2

Redéfinir le partage de l'espace public



Assurer une équité sociale et territoriale d'accès aux services publics de mobilité

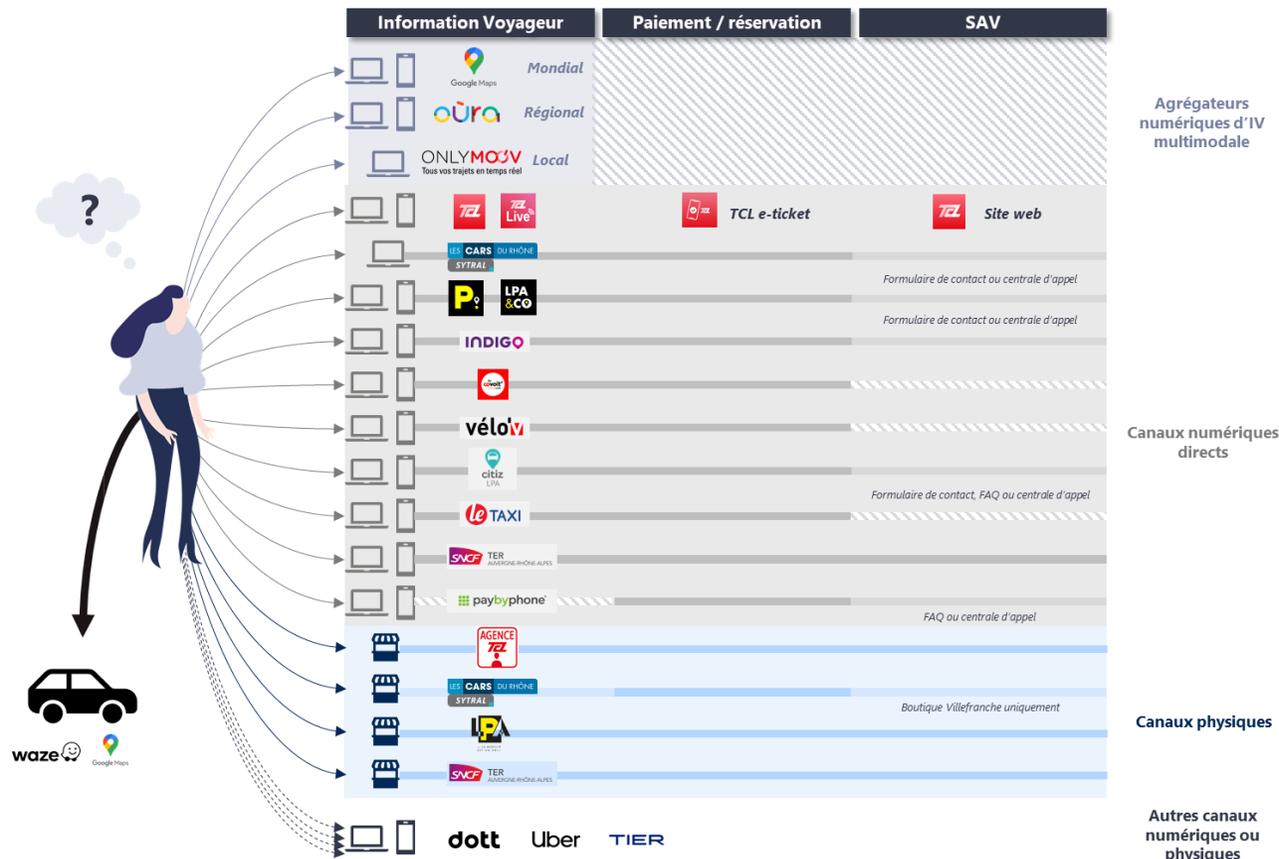
... Finalement, il s'agit de diminuer les externalités négatives des pratiques actuelles de mobilité

INTEGRER LA MOBILITE POUR LA SIMPLIFIER

Simplifier la mobilité, notamment dans un contexte de multiplication des offres et des opérateurs

Aujourd'hui

Périmètre des offres et services sous MOA ou en lien réglementaire avec un acteur public, pertinents pour répondre au besoin de mobilité du personae Julie



Personae de Julie

- 37 ans, active, mariée, deux enfants
- **Employée** dans une agence de communication
- Habite à Marcilly d'Azergues et travaille à Lyon 7
- Possède un véhicule **Crit'Air 3**
- N'utilise que **très occasionnellement** des alternatives à la voiture



INTÉGRER LA MOBILITÉ ET LES SERVICES PERMET DE DÉCOUPLER LES LEVIERS D'ACTION POUR ACCOMPAGNER LES VOYAGEURS VERS DES PRATIQUES DE MOBILITÉ SOUTENABLES



Gains pour les métropolitains

Via un compte personnel, être reconnu sur tous les canaux (l'appli, le site, les agences) et pouvoir :



S'informer sur l'offre et les services disponibles
Se voir proposer des solutions multimodales



Acheter, et bénéficier d'une facturation **unique**



Personnaliser les fonctions proposées



Bénéficier d'informations et **d'alertes en temps réel et personnalisées** lors des déplacements

Exemple : AMP

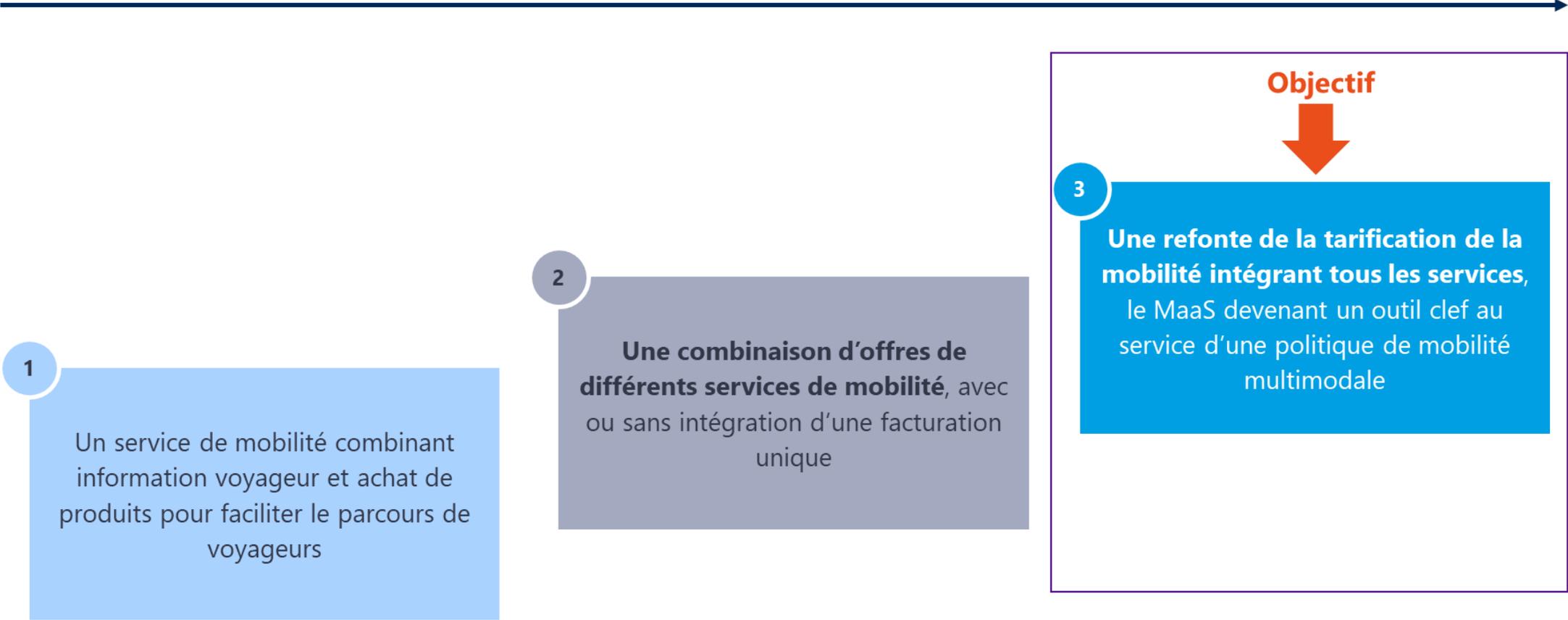


Gains pour la Métropole

- ✘ Mieux comprendre les besoins pour **faire évoluer l'offre en continu**
- ✘ **Concevoir et proposer de nouvelles offres, services et tarifications**
- ✘ **Communiquer avec les usagers** de façon directe et personnalisée sur l'ensemble des points de contacts
- ✘ **Renforcer le rôle de la Métropole** dans l'organisation des mobilités
- ✘ Mesurer la qualité et la **satisfaction des usagers**

LE MAAS S'APPARENTE À UNE DÉMARCHE D'INTÉGRATION PROGRESSIVE DE L'OFFRE, DES SERVICES, DES FONCTIONS

Niveau croissant d'intégration de l'offre



1

Un service de mobilité combinant information voyageur et achat de produits pour faciliter le parcours de voyageurs

2

Une combinaison d'offres de différents services de mobilité, avec ou sans intégration d'une facturation unique

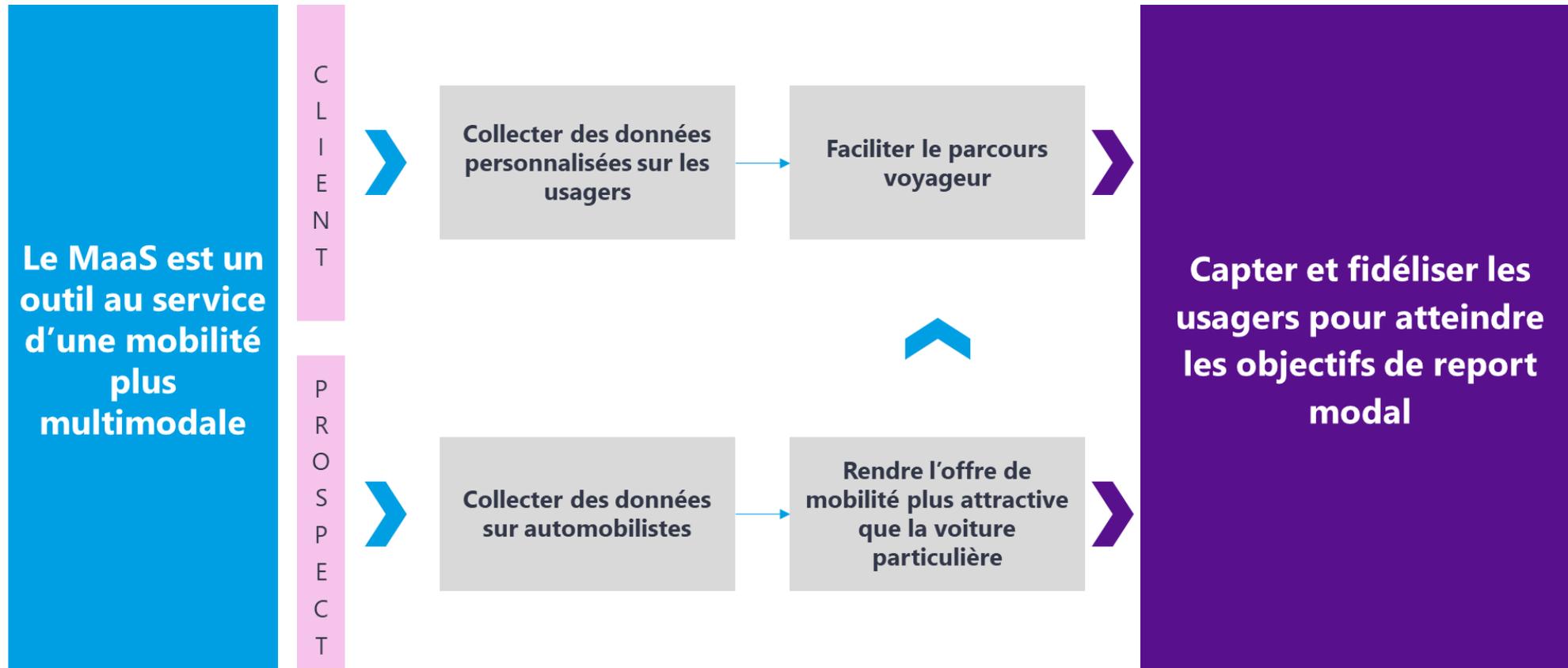
3

Une refonte de la tarification de la mobilité intégrant tous les services, le MaaS devenant un outil clef au service d'une politique de mobilité multimodale

Objectif



IL DOTE LES PRESCRIPTEURS DE MOBILITE DE LEVIERS POUR INDUIRE UN CHANGEMENT DE PRATIQUE



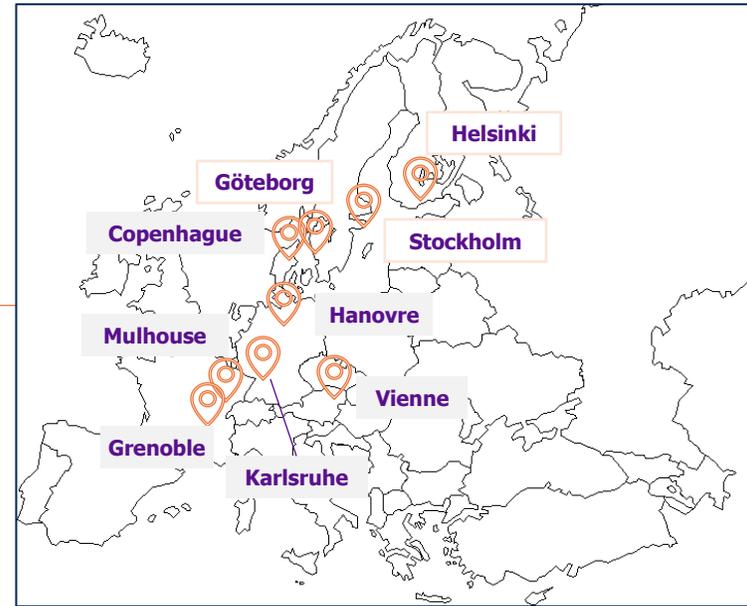
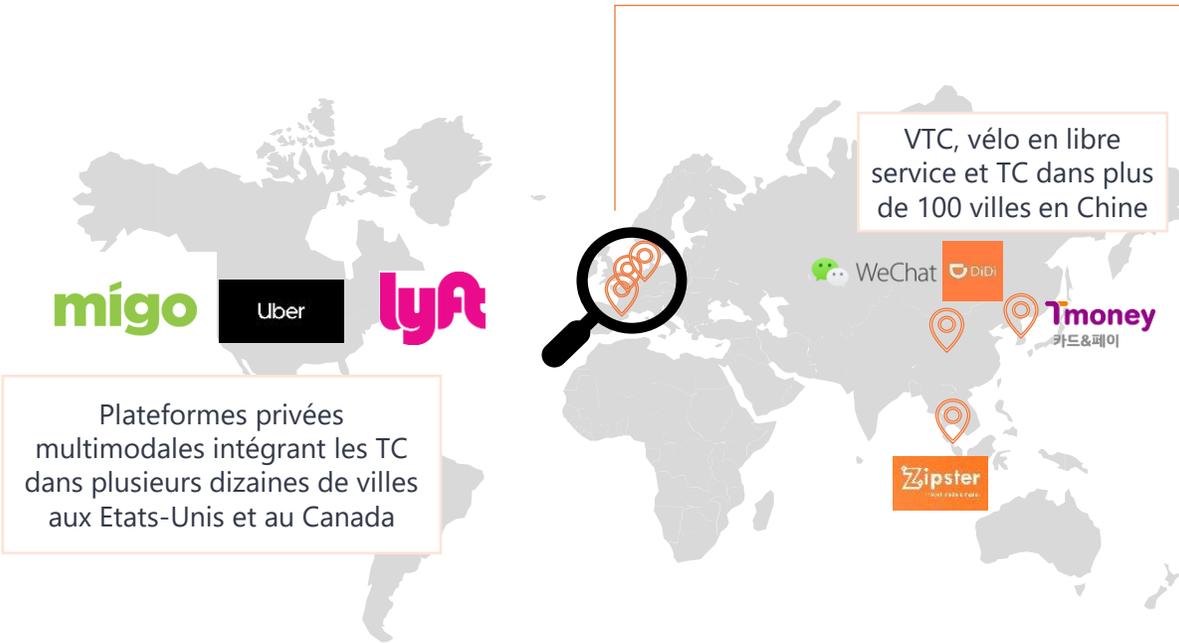
Sommaire

1. MaaS : Késako ?
2. MaaS : Pour quoi faire ?
3. **Panorama de quelques projets**
4. Focus sur les initiatives françaises
5. Et demain ?



DES PROJETS, D'INITIATIVES PRIVÉES OU PUBLIQUES, SE MULTIPLIENT EN EUROPE ET À TRAVERS LE MONDE

Carte des expérimentations



Initiative privée
Initiative publique

Plateformes privées multimodales intégrant les TC dans plusieurs dizaines de villes aux Etats-Unis et au Canada

VTC, vélo en libre service et TC dans plus de 100 villes en Chine

	Un compte unique de mobilité intégré		Transport en commun, vélopartage et microtransit (en test)
	Le maximum de services de mobilité publics et privés dans une seule app		Des services intégrés, de l'inscription à la facturation
	Un outil pilote d'information et de planification		La mobilité tout inclus par un pure player MaaS
	SNCF Connect, un MaaS national, sortira en janvier 2022		Des formules flexibles de mobilité par un pure player MaaS

... et plusieurs autres projets en cours de définition

ZOOM SUR QUELQUES PROJETS EMBLEMATIQUES



	COMPTE mobilité	WienMobil	REJSEPLANEN	whim	SNCFCONNECT
Concept	Un compte unique de mobilité	Un maximum de services de mobilité publics et privés dans une seule app	Avant tout un outil d'information et de planification	La mobilité tout inclus	Un MaaS national
Modes proposés	TC, vélo/auto partage Stationnement	TC, vélo/auto partage Taxi Location de voiture	TC, vélo/auto partage Covoiturage	TC, vélo partage Taxi Location de voiture	TC, vélo/auto partage Taxi Stationnement VTC, véhicules libre service Train
Tarifification	Standard, par service	Standard, par service	Standard, par service	Abonnement illimité, abonnement intermédiaire ou tarification à l'usage	Standard, par service
Information et planification avancées	x	✓	✓	✓	✓
Réservation et paiement dans l'application	✓ Post-paiement	✓ Prépaiement	x Lien vers app externes	✓ Abonnement ou prépaiement	✓ Prépaiement
Gestion de compte	Compte unique intégré : gestion de compte, suivi de conso et facture unique	Rapatriement des login de chaque service : gestion et suivi limité dans l'application	x	Compte unique intégré : gestion de compte, suivi de conso et facture unique	Compte unique intégré : gestion des favoris, synchronisation contacts, programme de fidélité
Billettique	TC dématérialisé + Pass physique unique	100% dématérialisé	Pas de solution dédiée MaaS	100% dématérialisé	100% dématérialisé



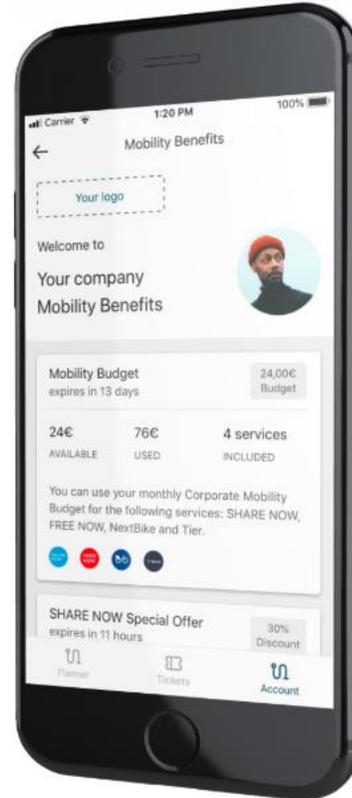
DES PROJETS MAAS À DESTINATION DE PUBLICS PARTICULIERS : LES COLLABORATEURS DES ENTREPRISES

En Allemagne avec Reachnow (ex-Moovel)



Reachnow (ex-Moovel group) lance en 2019 le **Mobility Budget**, un **service de mobilité à destination des entreprises**, permettant **aux employés** de réserver et de **payer** leurs **dépenses de mobilité** via une **application multimodale** (bus, train, autopartage, VTC, vélos et trottinettes)

Le **compte** de chaque **employé** peut être directement **chargé par l'employeur** et le **budget alloué** peut être utilisé aussi bien pour des **besoins professionnels** que **personnels**



En Finlande avec Kyyti (ex-Tuup)



MAAS FOR CORPORATIONS

Ensure sustainable and convenient employee access to office and industrial sites

Kyyti (ex-Tuup) lance en Finlande une **offre MaaS B2B** à destination des **entreprises** permettant à **leurs employés** de réserver et de **payer** leurs **déplacements en TC** et en **mobilité partagée** grâce à une **unique application multimodale**

L'application propose également **des services de transport à la demande** adaptés aux **besoins spécifiques** de chaque **entreprise** et permettant ainsi **d'optimiser les coûts** liés à la **mobilité professionnelle** et de **diminuer la part modale** de la **voiture individuelle**



Sommaire

1. MaaS : Késako ?
2. MaaS : Pour quoi faire ?
3. Panorama de quelques projets
4. **Focus sur les initiatives françaises**
5. Et demain ?

LES AOMS SE DOTENT DE PLAN DE MOBILITE AMBITIEUX...

ILLUSTRATION #1 : AIX MARSEILLE PROVENCE METROPOLE

Réduire la part modale de la voiture de 11 points entre 2009 et 2030



Favoriser le report modal vers **une offre intégrée de transports en commun**



Limiter l'autosolisme en développant **l'autopartage et le covoiturage**



Privilégier l'usage des **modes doux**



Accompagner l'évolution des pratiques pour **limiter les déplacements** (télétravail, horaires décalés...)

Via l'atteinte de :

4 leviers

Augmenter **d'un quart** le volume d'usagers quotidiens dans les TC

Augmenter **d'un quart** le nombre de déplacements quotidiens en vélo

Augmenter l'occupation moyenne de la VP de **2 points, de 1,41 personnes à 1,43 personnes**

Supprimer **environ 1%** des déplacements quotidiens

En agissant sur :

3 cibles privilégiées



Actifs des villes moyennes et de la périphérie marseillaise



Etudiants et jeunes des villes moyennes



Seniors des villes moyennes

LES AOMS SE DOTENT DE PLAN DE MOBILITE AMBITIEUX...

ILLUSTRATION #2 : LE SYNDICAT DES MOBILITES DE L'AIRE GRENOBLOISE



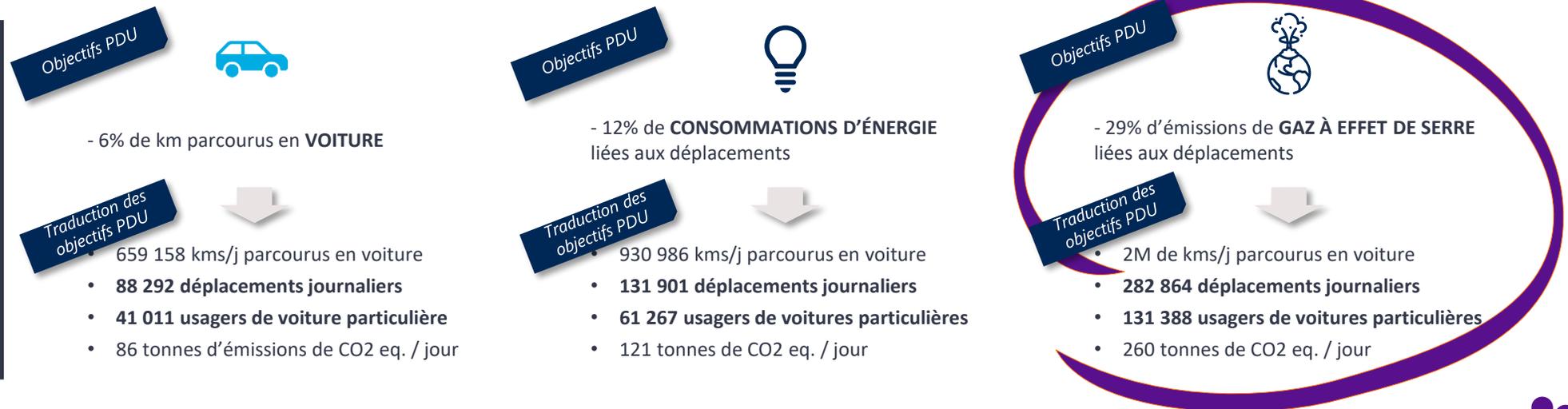
**Ambitions
principales**

Faciliter l'accès à des modes alternatifs au véhicule particulier pour amener de nouveaux usagers à découvrir et utiliser ces modes afin de :

- **Réduire la congestion routière** (actuelle et à venir)
- **Favoriser la sobriété énergétique et réduire l'impact carbone de la mobilité**



**Des objectifs à
horizon 2030**



...MAIS COMMENT FAIT ON CONCRÈTEMENT ÉVOLUER LES COMPORTEMENTS ?

#1 : Comprendre quels sont les besoins de mobilité effectivement reportables

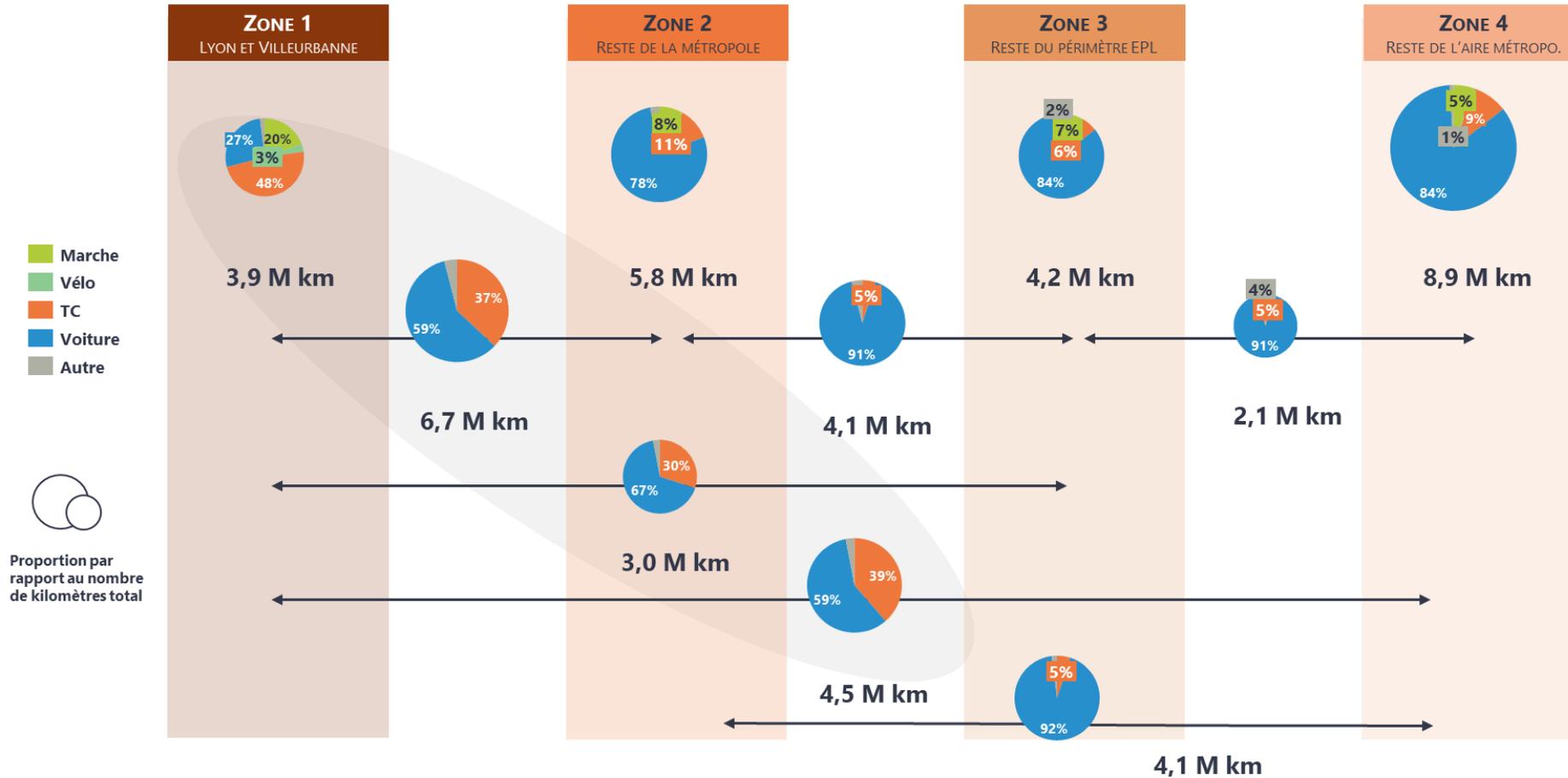
- Quel est **le bon périmètre** pour agir ?
- Quels sont **les flux les plus « contributifs »** en termes d'eq CO2 ?
- Parmi ces flux, quels sont ceux qui **pourraient effectivement se reporter** ?
- **Quelle est l'offre** en présence ? Les modes les moins vertueux du point de vue de **l'occupation de l'espace public** ?
- Les **alternatives** disponibles ?



...MAIS COMMENT FAIT ON CONCRÈTEMENT ÉVOLUER LES COMPORTEMENTS ?

#1 : Comprendre quels sont les besoins de mobilité effectivement reportables

Parts modales kilométriques au sein et entre zones (traitement PMP, EDGT 2015)

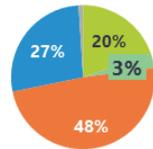


...MAIS COMMENT FAIT ON CONCRÈTEMENT ÉVOLUER LES COMPORTEMENTS ?

#1 : Comprendre quels sont les besoins de mobilité effectivement reportables

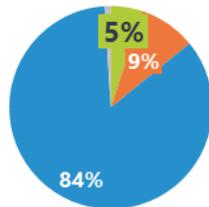
Milieu urbain dense

INTRA ZONE 1
3,9 M km



Milieu peu dense

INTRA ZONE 4
8,9 M km



Marche Vélo TC Voiture Autre



Proportion par rapport au nombre de kilomètres total



#2 : Comprendre qui sont les autosolistes

- **Qui sont les voyageurs** derrière ces déplacements ciblés ?
- Quels sont **leurs critères de choix d'un mode** ?
- Quelles sont **leurs perceptions / leurs attentes / les difficultés** rencontrées ?

=> Finalement, quels sont les freins et les leviers pour la puissance publique ?



#2 : Comprendre qui sont les autosolistes

LEURS CRITÈRES IMPORTANTS POUR CHOISIR UN MOYEN DE TRANSPORT

FIABLE

à 100%

*Que cela fonctionne tout de suite
Que tout roule dès le matin
Car sinon c'est toute
la journée qui se casse
la figure*

ACCESSIBLE

en bas de la maison

RAPIDE

*Que cela aille vite
Que cela soit direct pour ne pas perdre de temps*

EFFICACE & FLEXIBLE

*Que cela aille où on veut aller
Qu'on puisse enchaîner tous les trajets
facilement*

**RAPPORT
QUALITÉ/PRIX**

*La qualité
c'est la distance
et la rapidité*

#2 : Comprendre qui sont les autosolistes LEURS PERCEPTIONS DES ALTERNATIVES

> La voiture est spontanément identifiée comme le moyen de transport le plus coûteux dans la hiérarchie des moyens de transports

La voiture coûte cher : essence, entretien, achat, stationnement ... Le stationnement est cher, il n'y a plus de stationnement gratuit



> La perception du coût relatif au quotidien VOITURE vs TRANSPORTS EN COMMUN met en avant **une barrière à l'entrée tarifaire**

- Les transports en commun sont perçus comme coûteux, notamment du fait de tarifs occasionnel prohibitifs / qui n'incitent pas à essayer

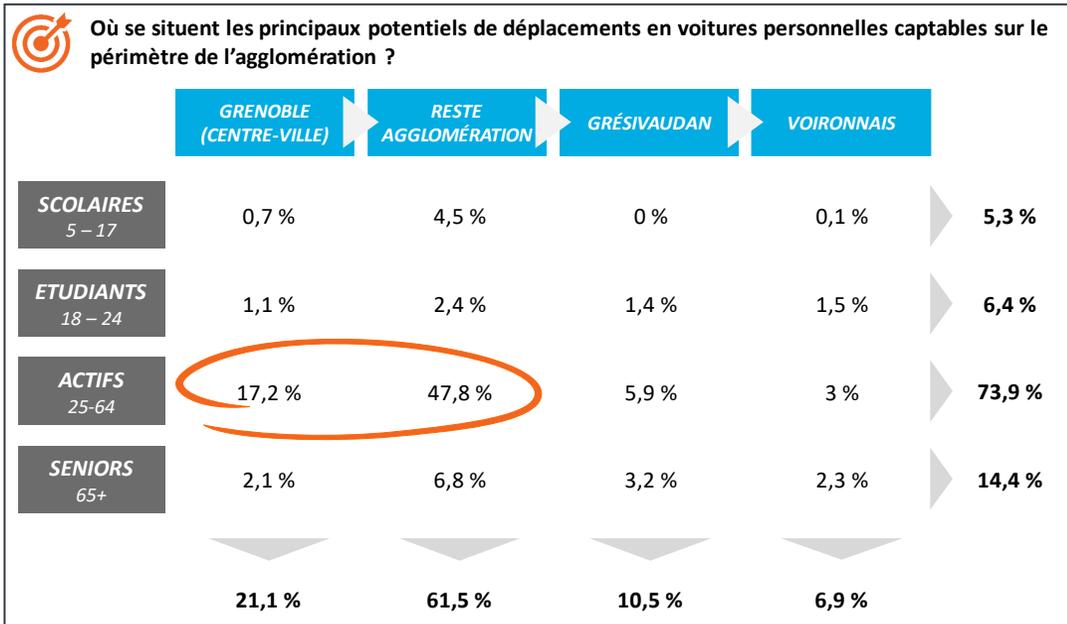
*Les transports en commun, si on n'a pas de tarif spécial, c'est cher
2 euros pour 3 arrêts ! Les prix on doublé alors j'ai repris ma voiture*

*Pour 3 arrêts de bus , prendre sa voiture coute moins cher car le parking est gratuit en périphérie
Prendre le train ou sa voiture, ça ne coute pas plus cher si on est bien organisé*

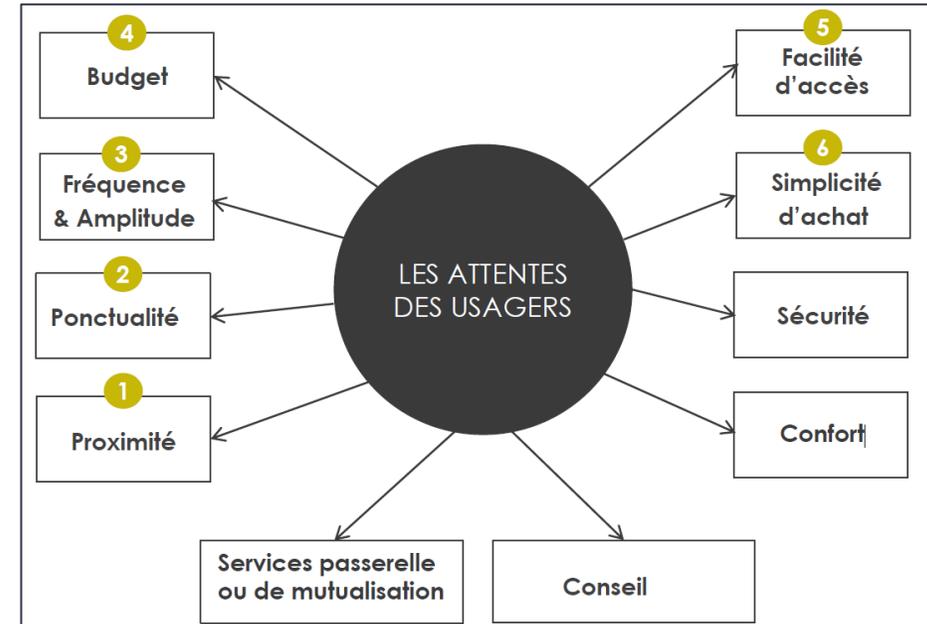
- La voiture est rationalisée comme plus économique en comparaison

...MAIS COMMENT FAIT ON CONCRÈTEMENT ÉVOLUER LES COMPORTEMENTS ?

#2 : Comprendre qui sont les autosolistes LEURS ATTENTES ET LEURS CONTRAINTES



Les Transports, c'est compliqué



L'automobiliste est « plus proche » du vélo que du bus

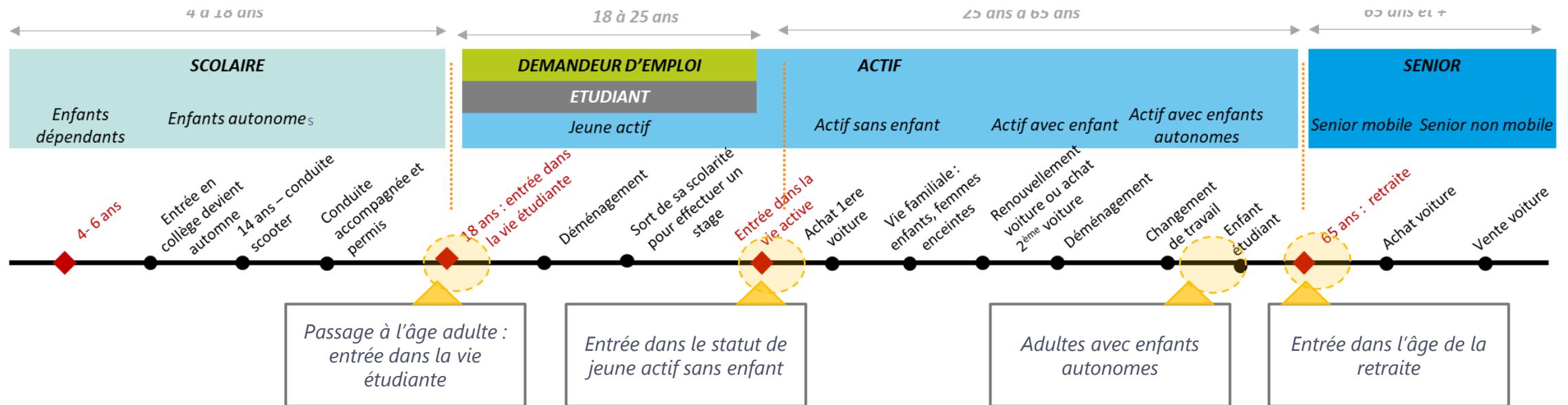
#3 : Construire une stratégie Marketing 360



...MAIS COMMENT FAIT ON CONCRÈTEMENT ÉVOLUER LES COMPORTEMENTS ?

#3 : Construire une stratégie Marketing 360

- Des moments clés correspondant à des **phases de transition d'un statut à un autre...**



- ...et des moments **de rupture** propices à une action de communication

- Déménagement
- Révision / panne de voiture
- Grand travaux de voirie ou d'infrastructure
- Etc.



Intégrer les offres, services et fonctions de mobilité au sein d'un système unique et simple



UNE STRATÉGIE MARKETING
COMPRENDRE ET CIBLER

- ✘ Développer **la connaissance et l'analyse des besoins en mobilité** pour prioriser les actions
- ✘ Concevoir une **stratégie d'interaction et de gestion de la relation client** ciblée et personnalisée



UNE REFONTE DE L'OFFRE ET DE LA TARIFICATION
ADAPTER ET SIMPLIFIER

- ✘ **Une démarche partenariale** avec l'écosystème des acteurs de la mobilité **sur le territoire pour concevoir et proposer :**
 - Une **stratégie de notoriété et de communication communes**
 - Un **système global** multimodal d'offres et de services de mobilité
 - Une **tarification simple, lisible et incitative**



UNE INTEGRATION DE L'OFFRE ET DES SERVICES
DONNER ACCES

- ✘ **Un accès unique**, depuis l'information jusqu'au paiement et à la facturation **à l'offre de mobilité multimodale intégrée**
- ✘ **Un accompagnement du voyageur sur tous les points de contact** (agences, tel, web), **et via tous les prescripteurs** (Employeurs) pour favoriser le changement de comportement

POUR LES AO, CELA IMPLIQUE D'AGIR A LA BONNE ECHELLE

Mettre en place une gouvernance et une organisation adaptées entre Autorités Organisatrices

Illustration : SMMAG



Intégrer l'ensemble des parties prenantes pour :

- intervenir sur le « bon » périmètre de réflexion,
- Disposer de tous les leviers/compétences en termes d'offres, de services, de fonctions ;
- Construire éventuellement des organes de gouvernance et de réflexion partagés ;
- Se doter d'une vision cible commune.

POUR LES AO, CELA IMPLIQUE DE DEVELOPPER DES PARTENARIATS

Identifier les partenaires les plus pertinents pour développer un projet de services conjoint

Illustration : SMMAG

Autorités Organisatrices



Opérateurs



POUR LES AO, CELA IMPLIQUE DE DEVELOPPER DES PARTENARIATS

Identifier les prescripteurs/relais les plus pertinents pour renforcer son action auprès des cibles prioritaires

Autorités Organisatrices



Opérateurs



Employeurs/Prescripteurs



POUR LES AO, CELA IMPLIQUE DE RATIONNALISER, MUTUALISER, ET DEVELOPPER DE NOUVELLES MISSIONS ET COMPETENCES

Identifier les nouvelles fonctions / les enjeux de transformation

(Illustration : SYTRAL)

Marketing, communication

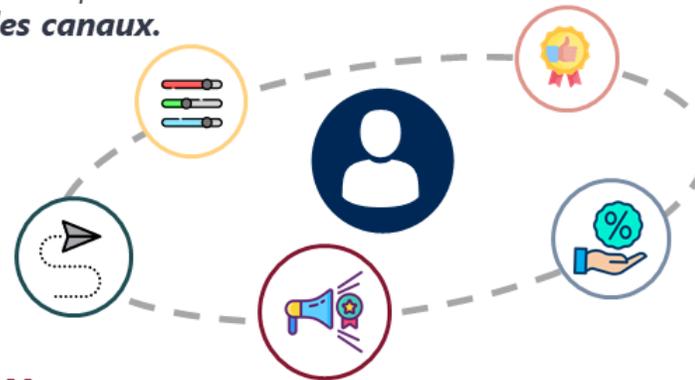
Une **offre personnalisée** et adaptée aux besoins des voyageurs. Mise en place du plan d'actions et **diffusion sur l'ensemble des canaux**.

Accompagnement, relation client

Un accompagnement et une **qualité de service uniforme** sur l'ensemble des canaux (physique, numérique, téléphonique). Existence de **boutiques multimodales**.

Parcours client

Un parcours intégré de bout en bout et une expérience **sans couture** lors du passage d'un canal à un autre (**expérience omnicanale**)



Tarification

Une **stratégie tarifaire harmonisée** à l'échelle de l'EPL (tarification zonale). Une **tarification incitative** adaptée à l'intermodalité / multimodalité : produits combinés, offres découvertes, etc.

Marque

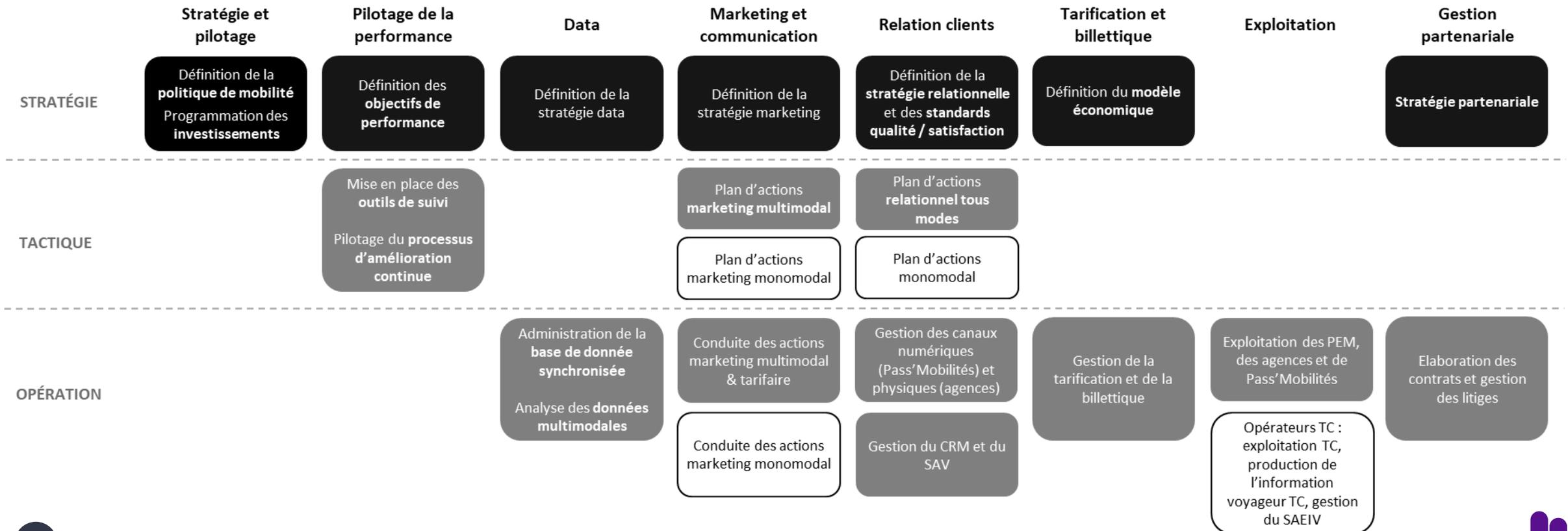
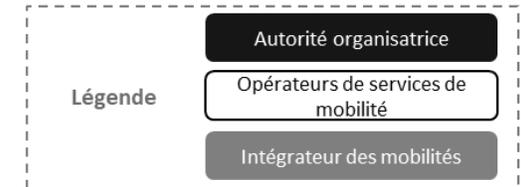
Une **marque unique** qui matérialise une offre multimodale et positionne l'EPL comme référent pour la mobilité sur le territoire.



POUR LES AO, CELA IMPLIQUE DE RATIONNALISER, MUTUALISER, ET DEVELOPPER DE NOUVELLES MISSIONS ET COMPETENCES

Repenser l'articulation entre toutes les parties prenantes

(Illustration : SMMAG)



POUR LES AO, CELA IMPLIQUE DE RATIONNALISER, MUTUALISER, ET DEVELOPPER DE NOUVELLES MISSIONS ET COMPETENCES

Construire une feuille de route d'intégration progressive, en faisant évoluer les partenariats / contrats (licence, conventions, avenants, etc.)

Priorité 1		Priorité 2		Priorité 3	
Vélo 		Trottinette 		Autopartage 	
Abri Vélo	Septembre 2020	BlaBla Ride (VOI)	Janvier 2021	Totem	Juillet 2021
Vélo Libre Service	Juillet 2020	Bird (Circ)	Janvier 2021	Citiz	Juillet 2021
Vélo Location Longue Durée	Septembre 2020	Autres sans charte	Janvier 2021	Getaround	Juillet 2021
Stationnement 		Covoiturage 		IRVE 	
P+R	Septembre 2020	Klaxit	Janvier 2021	Bouygues	Janvier 2021
Parking Public	Septembre 2020	Karos	Janvier 2021	TAD 	
Parking Privé	Septembre 2020	BlaBla Lines	Janvier 2021	TAD TC	Juillet 2021
P2R	Septembre 2020	Taxi/VTC 			
Parking Mutualisé	Septembre 2020	Taxis (Karhoo)	Janvier 2021		
PEM	Septembre 2020	VTC	Janvier 2021		
TC 					
TC	Septembre 2020				

DE GRANDS ENJEUX ENCORE DEVANT...

- Mettre en évidence les **gains de performance** permis par le MaaS ;
- Permettre un **vrai retour d'expérience** :
 - sur les **choix fonctionnels** (stratégie en matière de distribution, multicanal/pur digital, niveaux d'intégration et périmètre d'offre) **et techniques** (développement in house, choix d'architecture, marque blanche, etc) faits par les collectivités les plus avant-gardistes;
 - sur les **modèles de gouvernance** mis en place (opérateur/exploitant MaaS, rôle de l'AO/des AOs) et leurs apports respectifs (compétences développées, satisfaction voyageurs, partenariats durables entre prescripteurs et AOs, et entre opérateurs, etc.).
- Travailler à la **mise en place de standards** juridiques, contractuels, économiques, etc.
- Initier de vraies réflexions sur **l'apport du MaaS, notamment par les données collectées** :
 - au service de nouvelles stratégies tarifaires ;
 - au développement d'une meilleure connaissance des besoins de mobilité (observatoire, segmentations...).





PMP
BEYOND CONSULTING

32 boulevard Haussmann
75009 Paris
+33 (0) 1 55 04 77 00
pmp@pmpconseil.com

CONTACT

Merci de votre attention

Laura PAPET

Directrice Associée – Pôle Mobilité & Energie

Mail : lpapet@pmpconseil.com

Tel : 07 87 07 04 67



skipr**OLYMPUS****modalizy**
smart mobility**xximo** | Mobility**Mobility Edenred****Administratif**Facture unique
Récupération de la TVA
Gestion (suivi conso, ...)✓ Facturation unique
✓ Oui
✓ Oui (plateforme unique)✓ Facturation unique
✓ Oui
✓ Oui (relevé mensuel)✓ Facturation unique
✓ Oui
✓ Oui✓ Facturation unique
✓ Oui
✓ Oui (tableau de bord)✓ Facturation unique
✓ Oui
✓ Oui (solde, transactions)**Paieement**Carte / Appli
Pré/post-paiementCarte & appli
Pré-paiementAppli
Post-paiementCarte & appli/plateforme
Post-paiementCarte & appli (MILO)
Pré-paiementCarte
Pré-paiement**Services / Avantages**Aux employés
Aux employeursPlanification du trajet
Facturation simplifiéeChoix entre plusieurs modes
Gestion de la paieSuivi centralisé
Données d'analysesCalculateur de tarifs
Modes accessibles à la carteSuivi budget et historique
Gestion (cartes, dépenses)**Modes intégrés**TC + Modes partagés
Autres (carburant, bornes, ...)✓ Oui
✗ Non✓ Oui
✓ Oui (stationnement)✓ Oui
✓ Oui (coworking)✓ Oui
✓ Oui (avion, coworking)✓ Oui (TC + modes partagés)
✗ Non**Durabilité**Mesure de l'empreinte CO2
Incentives spécifiques pour
l'utilisation de modes doux✗ Non
✗ Non✗ Non
✗ Non✗ Non
✓ Oui (Modalizy Flex & Modalizy
Budget)✓ Oui (emissions de CO2)
✗ Non✗ Non
✗ Non**Information et planification avancée (Trip planner)**✓ Oui : planification d'itinéraires,
comparaison des coûts, etc.✓ Oui : planificateur d'itinéraire en
temps réel via Moovit

✗ Non

✓ Oui : MILO aide à la
planification des trajets

✗ Non

Réservation dans l'appli

✓ Oui

✓ Oui

✗ Non

✓ Oui

✗ Non

Type de billets achetés :

Abonnements vs. TU

-

TU et Abos (si l'employeur couvre
80%, les pouvoirs publics
couvrent les 20% restants)

TU uniquement

TU uniquement

TU uniquement

DES ACTEURS SE POSITIONNENT SUR CES NOUVEAUX MARCHÉS EN OFFRANT DES PLATEFORMES MAAS « EN MARQUE BLANCHE » PRÊTES À L'EMPLOI

					
Offre de services	Une plateforme intégrant des services de micromobilité, de VTC et de taxi dans plus de 2.000 villes à travers 150 pays	Une plateforme intégrant des services de VTC et de taxi dans 1.500 villes à travers le monde	Une plateforme de planification d'itinéraires multimodaux, de réservation et de paiement des trajets	Une plateforme de planification d'itinéraires multimodaux et d'informations voyageurs permettant l'achat de tickets TC	Une plateforme d'intégration de l'ensemble des modes de transports disponibles sur le territoire d'une ville
Fonctionnalités	Réservation d'un trajet en VTC/taxi Réservation d'un service de micromobilité Gestion des paiements Support client multilingue	Réservation d'un trajet en VTC/taxi Réservation d'un transport à a demande Gestion des paiements Communication entre les parties	Recherche d'itinéraires Réservation des modes de transports Gestion des paiements Support client multilingue	Recherche d'itinéraires Achat de tickets TC	Recherche d'itinéraires Réservation des modes de transports Gestion des paiements
Niveau d'intégration	Intégration totale des partenaires de mobilité Intégration totale en marque blanche dans l'application ou le site partenaire	Intégration totale des partenaires de mobilité Intégration totale en marque blanche dans l'application ou le site partenaire	Intégration totale des partenaires de mobilité Développement d'une app en marque blanche pour le client	Intégration des informations temps réel des partenaires Développement d'une app en marque blanche ou co-brandé pour le client	Intégration totale des partenaires de mobilité Développement d'une app en marque blanche pour le client
Précédentes implémentations	Alipay Trip.com Booking.com Grab	RATP Dev – TAD Tamy SNCF - Assistant	Optus – Recherche d'itinéraires pour les employées en favorisant les autres modes que la voiture TCCS – Canberra TC Conduent – Los Angeles & Devner	Keolis – France Community Living Toronto – Canada MTA New York – USA Pittsburgh – USA	Jelbi BVG – Berlin Lyft – Prague Google – Jakarta Gojek - Vilnius
Partenaires	Alipay – Careem – Cartrawler – Gett – Grab – Mozio – Trip.com	NA	Zipcar – citibike – Uber – Lyft – Car2go – BlaBlaCar – Vélohop – etc.	Zipcar – Citibike – Uber – Lyft – Car2go – BlaBlaCar – Vélohop – etc.	NA
Interfaces	App en marque blanche Web app en marque blanche	App en marque blanche Web app en marque blanche	Apps Skedgo App en marque blanche Web app en marque blanche	App Moovit App en marque blanche ou co-brandé Web app en marque blanche ou co-brandé	App Trafik App en marque blanche