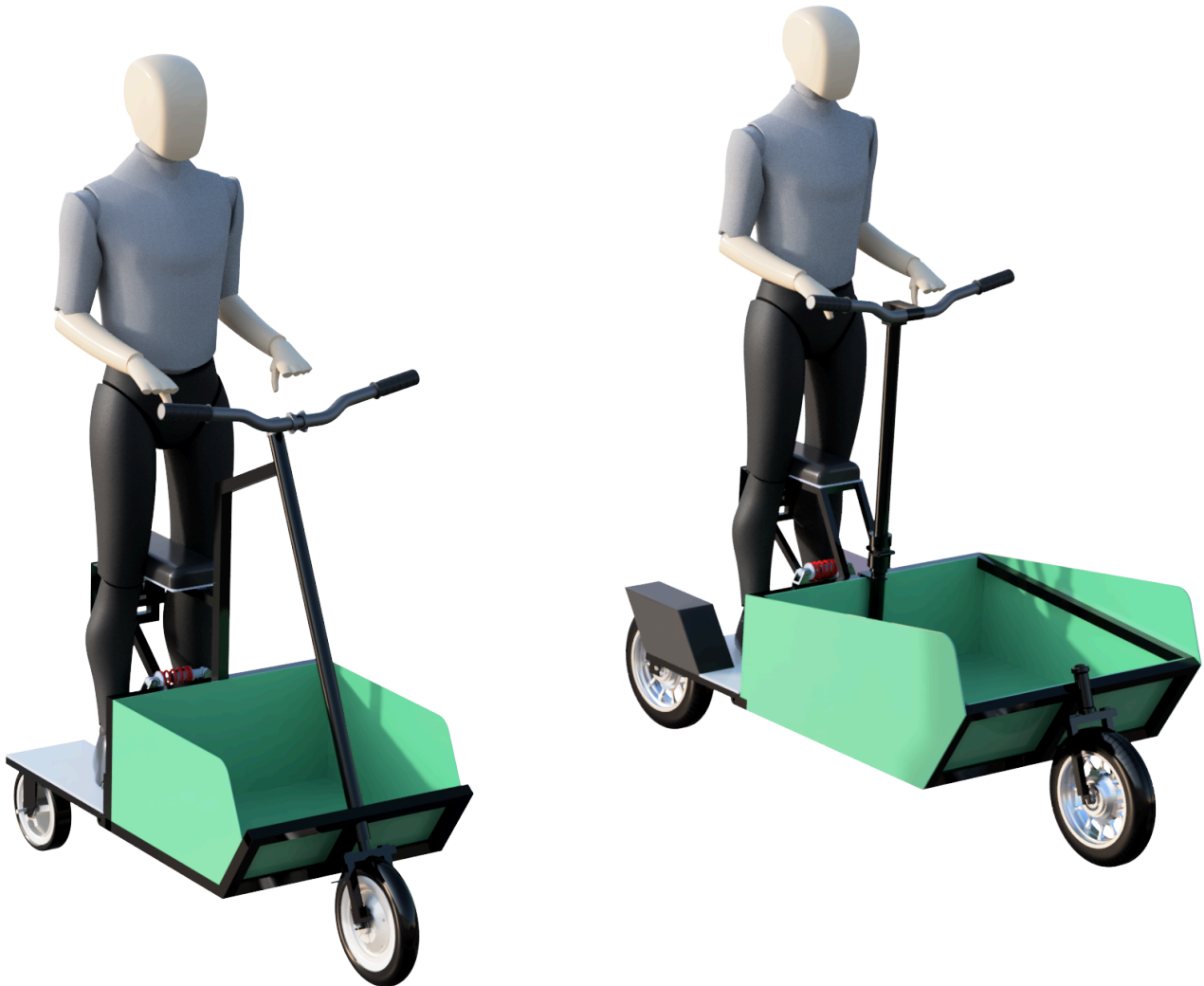


Rapport final – Prototypes de l'eXtrême Défi

S-MOUV – 11/08/2025 – Contrat_2466D0443



Dossier Économique

2

Dossier Économique

Bien qu'ayant pour objectif principal d'attirer un public jeune vers les vélis, les cibles et clients potentiels du S-mouv restent diversifiées.

En BtoC, l'objectif est de proposer une alternative à la voiture pour les déplacements quotidiens liés au travail, aux courses, aux sorties ou aux trajets avec enfants. Les clients potentiels seront principalement des jeunes actifs. Les zones géographiques ciblées varieront selon les modèles : la version compacte sera probablement privilégiée dans les centres-villes et les périphéries des grandes et moyennes villes, tandis que la version XL sera destinée aux petites agglomérations et aux communes rurales.

En BtoB, le véhicule viendra compléter les flottes existantes des entreprises, en tant que véhicule de fonction, mais pourra également être utilisé sur de grands pôles industriels (Saclay, etc.), sur des sites industriels de grande envergure (ports, SNCF, aéroports, ...) pour les déplacements intra-site des collaborateurs ou techniciens, afin de remplacer les utilitaires ou les véhicules agricoles. Enfin, il pourra intégrer les flottes de véhicules de location de loisirs dans les zones touristiques, de la même manière que les vélos électriques ou les quads.

Le coût d'acquisition du véhicule pourrait constituer un frein, comme c'est souvent le cas, étant donné que le S-mouv devra initialement démontrer sa fiabilité et son intérêt.

Ainsi, la stratégie initiale privilégiera la location moyenne à longue durée.

Parallèlement, un système de location à la semaine pourra être mis en place afin de permettre aux clients de tester l'adéquation du véhicule à leur quotidien.

Selon l'évolution du marché, une location en libre-service ou via des stations, similaire aux pratiques des vélos et trottinettes en free-floating, pourrait être envisagée.