

# Driving Schools in France : an Innovative service ?



M. Abramovici, L. Bancel-Charensol,  
M. Jougleux, C. Maman  
Université Paris-Est

# Le service de formation à la conduite en France

- Un service de formation obligatoire pour être autorisé à présenter le permis
- Un service délivré par des entreprises privées dans des établissements dédiés
- Un service régulé par l'État :
  - Agrément des écoles de conduites et des enseignants
  - Programme national de formation
  - Examen organisé et financé par l'Etat

# Les enjeux de la recherche pour les acteurs du secteur

- « Le permis : trop coûteux, trop lent, trop d'échecs »
- Une activité économique peu rentable
- Un secteur peu attractif pour les salariés alors que le nombre d'exploitants proches de la retraite est élevé
- Un nombre de jeunes conducteurs tués sur les routes très élevé
  - Un service de formation actuellement peu satisfaisant pour l'ensemble des parties prenantes
- De nouvelles connaissances et préoccupations sociétales qui peinent à se traduire en des offres viables

# Les enjeux de la recherche d'un point de vue académique

- Un secteur « exotique » :
  - Service à la personne
  - Très petites entreprises
  - Un secteur au fonctionnement artisanal
  - Service ponctuel
  - Service de proximité
- ▶ Un secteur a priori peu innovant
- ▶ Analyser des innovations pour comprendre :
  - les caractéristiques des acteurs susceptibles de transformer le secteur et difficultés que rencontre le secteur pour se transformer
  - Explorer la pertinence des méthodes d'analyse de l'innovation pour ce secteur

# Innover dans le secteur de la formation à la conduite ?

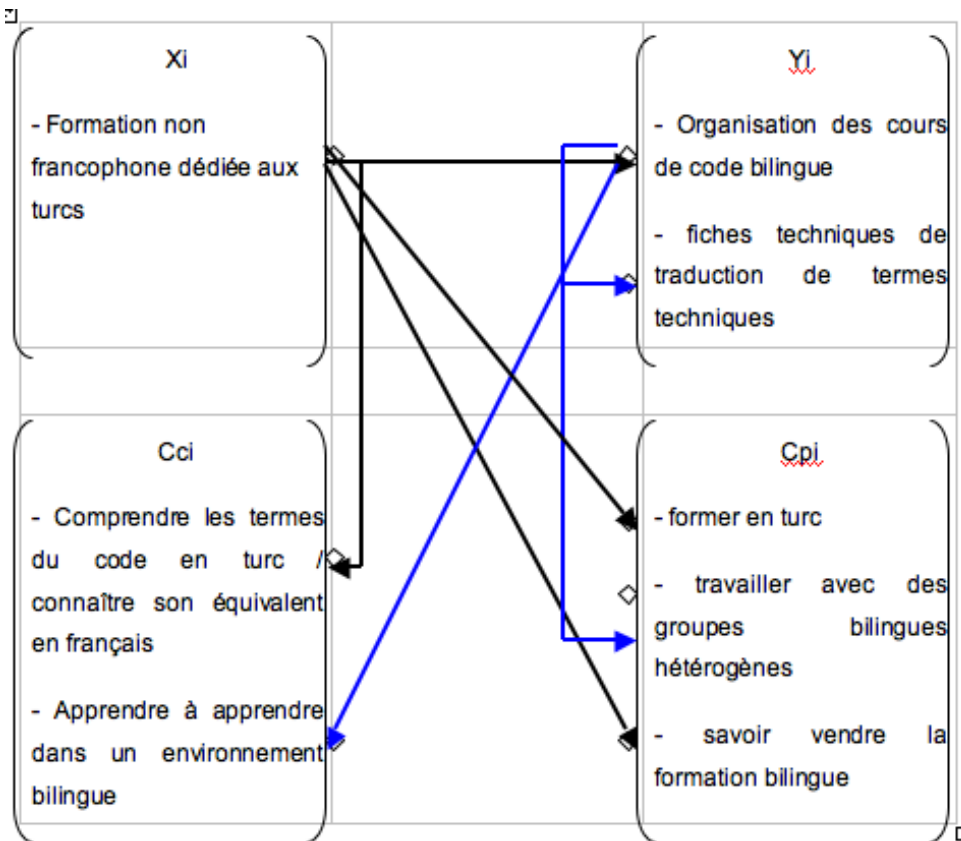
C'est-à-dire ?

# De nombreuses “innovations” repérées

## 10 innovations étudiées

INNOVATIONS	Caractéristiques de l'innovation
<b>Formule 3</b>	Offre de formation pour malentendants : une micro-innovation
<b>Aris</b>	Offre de formation pour malentendants : Une innovation locale à succès important dans le champ de l'économie sociale
<b>Fisher</b>	Offre de formation pour non francophones : une innovation locale à succès important
<b>AAC à vocation éducative (ECF-Cerca)</b>	Offre de formation au permis B enrichie : des problèmes de viabilité économique et de diffusion de l'innovation
<b>Pacte Auto Jeunes</b>	Offre de formation post permis : des résultats contradictoires posant la question de l'évaluation du dispositif
<b>Volant Jeune</b>	Offre de formation post permis : un dispositif en perte de vitesse
<b>Faros</b>	L'arrivée sur le marché d'un simulateur de conduite : des niches potentielles de clientèle
<b>Licence Education Routière</b>	Une nouvelle offre de formation continue dédiée aux moniteurs : une diffusion rapide malgré un produit complexe
<b>Permis à un Euro</b>	Une innovation portée par l'Etat : un dispositif incapable d'atteindre les objectifs et la cible visés initialement
<b>Réseau d'entreprises ECF</b>	Une innovation organisationnelle dans la durée : la seule innovation à avoir un impact sur l'ensemble des axes de la performance

# Une offre de formation non francophone



- Une offre spécifique =
  - Des prestations adaptées : des cours de langue bilingue
  - Des ressources adaptées : du personnel bilingue, des supports traduits
  - Une tarification adaptée
  - Un marketing et une communication adaptée
- Une innovation car une nouvelle offre de service
  - Adaptée à une demande locale
  - Sur un marché de niche
  - Qui améliore la performance pour le client et l'école de conduite



# Offre de formation post permis

- 2 jours de formation supplémentaires dans l'année qui suit le permis
- Financement par le Département du Haut Rhin
- Prix fixé pour toutes les écoles de conduites
- Donnant lieu à une réduction de la prime d'assurance



- **Un partenariat public privé initié par le privé**
- **Impliquant beaucoup d'acteurs aux motivations diverses et pour des capacités d'action variées**

# Deux configurations d'innovations partenariales

- Des partenariats impulsés par des **acteurs extérieurs** au secteur
  - ◆ Recherche de compétences spécifiques
  - ◆ Recherche de réseau de distribution
  - ➔ Simulateur - Université de Provence
- ◆ Des partenariats publics/privés impulsés par des **acteurs du secteur**
  - ◆ Recherche de financement complémentaire (modèle économique)
  - ◆ Recherche de dispositif d'intéressement de la demande (via la diminution de la prime des assureurs)
  - ◆ Recherche de légitimité

## ... Qui renvoient aux caractéristiques du secteur

- Un **service d'intérêt général** qui a des répercussions sur la performance sociétale
  - ◆ Enrôlement des acteurs publics
  - ◆ Pérennité du dispositif dépend de l'évaluation de sa performance sociétale
- Un service de mobilité
  - Attractivité du territoire, rôle des collectivités territoriales
- Un service de proximité
  - Une logique de diffusion différente
- Un service contraint

# Notre grille d'analyse

Quoi ?

Conséquences ?

- Quels changements ? :
  - L'offre
  - Le processus d'innovation
  - L'organisation
  - Le marketing ?

- Quelle diffusion ?
- Quelle performance ?

Qui et comment ?

- Pour quel rôle ?
- Pourquoi participent-ils à l'innovation ?
- Pourquoi mobilisent-on ?

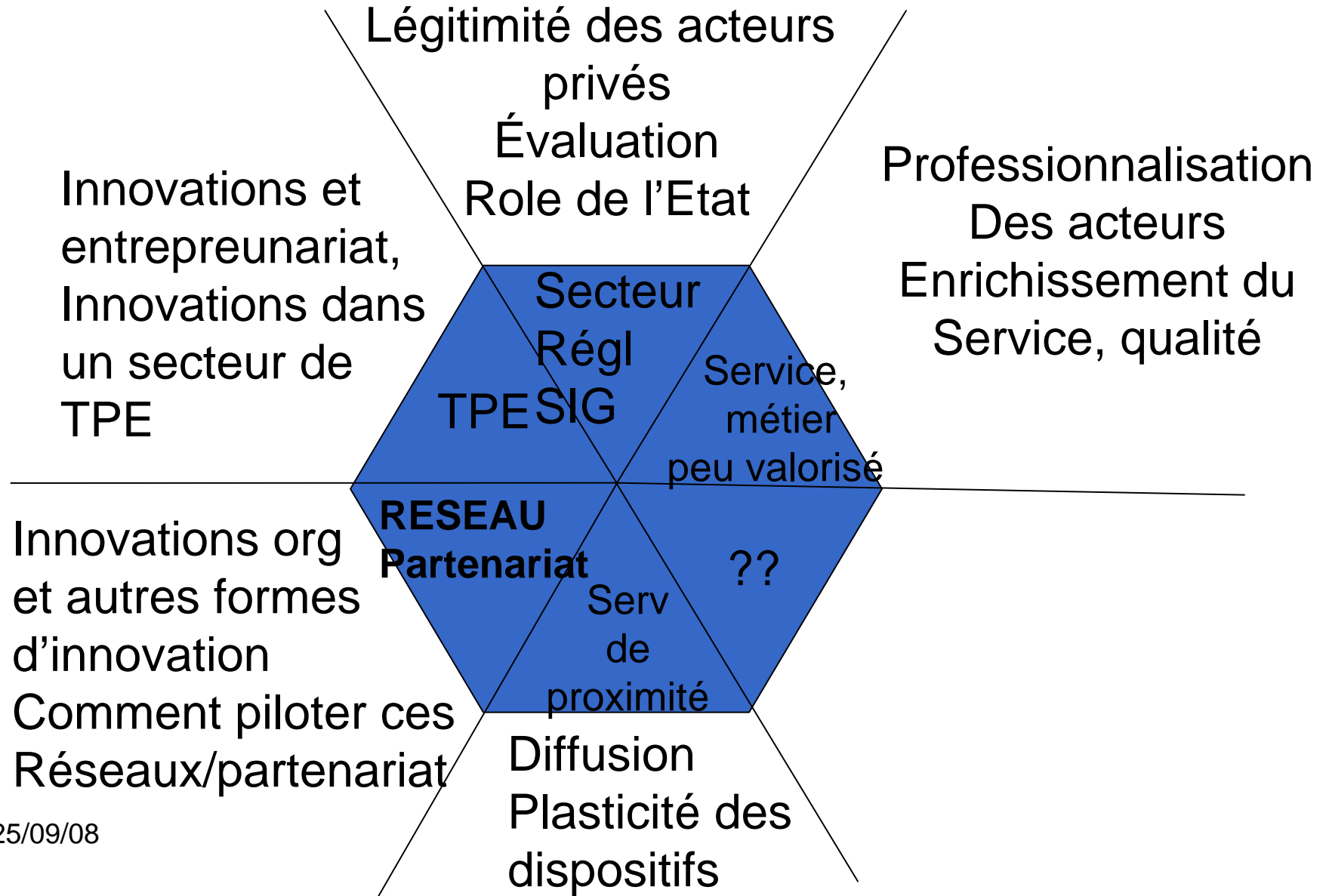
Manuel d'Oslo  
Lancaster  
Degré d'innovation  
Beneficiaires

Midler, Gareil  
Gallouj et al  
Akrish, Callon et

# Une définition de l'innovation

- « Toute modification délibérée de produit, de process ou d'organisation ayant un impact décisif sur une des dimensions de la performance du secteur :
  - Performance opérationnelle de court terme (le point de vue du client)
  - Performance économique (entreprise)
  - Performance sociale (personnel)
  - Performance sociétal (Etat)»
- Une méthode d'analyse

# Quelles correspondances secteur/service/innovation ?



# Préconisations managériales et politiques

- Enrichir le référentiel de compétences des exploitants
- Développer des espaces de rencontre et de production de connaissances
- Quels dispositifs de repérage, d'aide, de suivi, d'évaluation des innovations ?