

**Programme national de Recherche Et D'Innovation dans les Transports terrestres**

**– PREDIT –**

Mission Transports  
du Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement de la République française

« Etat des lieux des services innovants de mobilité en Europe »

RAPPORT FINAL

# Table des matières

	Programme national de Recherche Et D'Innovation dans les Transports terrestres .....	1
1	INTRODUCTION .....	4
1.1	Cadre de la recherche .....	4
1.2	Objectif de la recherche.....	5
1.3	Approche méthodologique de la recherche.....	5
1.3.1	La méthode de travail .....	5
1.3.2	La notion de « service » .....	5
1.3.3	Les fiches de cas .....	7
1.3.4	Les champs d'action .....	7
1.3.5	Les « focus » .....	8
2	Synthèse des résultats .....	9
2.1	Pays étudiés.....	9
2.2	Liste de mots-clefs .....	9
2.3	<b>Marche à pied</b> .....	11
3.3.1	(AU) - Mobilkom Cityguide.....	12
3.3.2	(F) - CITYNEO, plate-forme de géolocalisation automatique.....	13
2.4	<b>Deux-roues</b> .....	15
3.4.1	(UK) - Service locatif de vélos sur des aires Park & Ride .....	16
3.4.2	(I) - Location des scooters électriques .....	17
3.4.3	(F) - Ligne régulière de cyclo-pousses à La Réunion & initiatives similaires en France métropolitaine .	18
3.4.4	(F) - TANDEM-SERVICES, les nouveaux taxis.....	19
2.5	<b>Transports publics</b> .....	21
3.5.1	(NL) - Un pass étudiants .....	22
3.5.2	(D) - NIGHT CRUISER, le bus de nuit avec bar et sono .....	24
3.5.3	(D) - Un bus de nuit, le samedi soir .....	25
3.5.4	(UK) - La réservation de sièges.....	26
3.5.5	(INT) - La presse gratuite dans les transports publics.....	27
3.5.6	(CH) - RAILSHOP, la supérette dans le train.....	29
3.5.7	(D) - Randonnée en train en Rhénanie-Westphalie .....	30
3.5.8	(D) - Trains d'excursions en Rhénanie-Westphalie .....	32
3.5.9	(E) - Excursions et activités parascolaires en train.....	33
3.5.10	(CH) - Check-in en gare pour les passagers aériens.....	34
3.5.11	(D) - Un service de transport de bagages porte-à-porte.....	35
3.5.12	(D) - Des minibars dans les trains régionaux.....	36
3.5.13	(D) - Des bistrots dans les trams.....	37
3.5.14	(S) - Le wagon-cinéma .....	38
3.5.15	(D) - Un titre de transport achetable par Internet.....	39
3.5.16	(D) - S-Bahn Plus, le « tout en un » du confort et de l'information .....	40
3.5.17	(S) - Un terminal de pointe pour les autobus .....	41

3.5.18 (B) – Le tram côtier au littoral belge .....	42
3.5.19 (B) - Le bus rural à la demande .....	44
3.5.20 (F) - La ligne d'été .....	45
3.5.21 (UK) – PRESTIGE, système de perception tarifaire utilisant la technologie « sans contact » .....	46
3.5.22 (S) – KOM FRAM, un système d'information en temps réel pour le transport public .....	48
3.5.23 (CH) – Le CALL CENTER HANDICAP et autres services aux personnes handicapées.....	49
3.5.24 (S) – FLEXPASS, le service de bus en porte-à-porte .....	51
3.5.25 (B) - La carte « accompagnateur gratuit » .....	53
3.5.26 (F) - La carte « Solidarité Transports » .....	54
3.5.27 (F) – Le service d'accompagnement.....	55
3.5.28 (N) – La Travel Guarantee du réseau de Oslo .....	56
3.5.29 (E) - Garantie de ponctualité pour les trains à grande vitesse espagnol –AVE-.....	59
3.5.30 (D) - Garantie de mobilité pour les détenteurs d'un abonnement mensuel .....	60
3.5.31 (E) – Une réduction des prix pour les usagers du bus, une fois par mois .....	61
3.5.32 (EUR) - Euregio ticket.....	62
3.5.33 (D) - Trajet gratuit pour des clients portant un certain nom diffusé par haut-parleur.....	63
3.5.34 (E) - Informations en ligne dans les trains régionaux .....	64
<b>2.6 Voiture .....</b>	<b>65</b>
3.6.1 (CH) – Transport Individuel Public (TIP) .....	66
3.6.2 (EUR) - Antivol et géolocalisation satellitaire par GPS et GSM, SATPLUS.....	68
3.6.3 (F) – CAISSE-COMMUNE, service de location de voitures .....	69
3.6.4 (EUR) – SHELL GEOSTAR : service on-line de planification de voyages en voiture.....	71
3.6.5 (F) - VIAMICHELIN, l'aide à la mobilité sur support numérique .....	73
3.6.6 (B) – Les Responsible Young Drivers –RYD-.....	75
3.6.7 (NL) – Le « van-pooling » pour des navetteurs.....	78
3.6.8 (NL) – Un contrat d'assistance 24h/24 proposé par une compagnie pétrolière .....	79
<b>2.7 Intermodalité .....</b>	<b>80</b>
3.7.1 (F) - La Maison du Temps et de la Mobilité .....	81
3.7.2 (NL) – Gestion d'une mobilité durable par la mise en place d'un concept de navettes.....	83
3.7.3 (FIN) - Système de carte sans contact dans les transports publics d'Helsinki .....	84
3.7.4 (EUR)- CALYPSO, le passe urbain multi-services .....	86
3.7.5 (F) - ALTIBUS, le car qui relie gares et stations de sports d'hiver .....	89
3.7.6 (NL) - Centrale de services de mobilité.....	90
3.7.7 (I) - Des Mobility Managers dans les entreprises de plus de 300 employés .....	91
3.7.8 (NL) – Le « taxi-train » hollandais.....	93
3.7.9 (CH) - Abonnement Général suisse ou la carte mobile.....	95
3.7.10 (F) – L'Ilôt Vélos .....	96
3.7.11 (NL) - Intégration vélo/transports publics .....	97
3.7.12 (B) – La fiche d'accessibilité.....	98
3 CONCLUSION .....	99

## 1 Introduction

Les initiatives en matière de services innovants dans le transport urbain ou régional en Europe sont légion. Chacun d'entre nous en connaît ou, même, a eu l'occasion d'en expérimenter l'une ou l'autre, de nature à influencer les choix modaux.

Les champs sont multiples:

- ~ conseil en mobilité ;
- ~ garantie de service ;
- ~ bouquets de services d'accès et tarification transmodale adaptée ;
- ~ services ciblés pour certaines périodes de l'année, de la semaine ou du jour ou certains lieux ;
- ~ facilitation du partage du moyen de déplacement ;
- ~ plate-formes multimodales (permettant d'avoir une facilité de passage d'un mode à l'autre, dans des temps relativement contraints) ;
- ~ relation ludique/valorisation sociale en lien avec la mobilité ;
- ~ services d'information, en ligne et pendant le déplacement ;
- ~ accroissement de la valeur des déplacements.

Ces champs d'actions couvrent le transport terrestre ; les relations avec les modes maritimes ou aérien sont mises en exergue lorsque qu'il y a lieu.

Il s'agit de déceler les plus pertinentes, les plus efficaces d'entre elles, celles qui font avancer la recherche et qui proposent des services innovants aux passagers, d'en aider la diffusion et la mise en pratique sur de nouveaux terrains opérationnels.

### 1.1 Cadre de la recherche

La Direction de la Recherche et des Affaires Scientifiques et Techniques (DRAST), du Ministère français de l'Équipement, des Transports et du Logement, dans le cadre de son Programme national pour la Recherche, le Développement et l'Innovation dans les Transports Terrestres (PREDIT) a sollicité l'équipe de Missions Publiques pour élaborer cette recherche sur les « nouveaux services de mobilité en Europe ».

Le PREDIT rassemble des chercheurs de laboratoires publics et privés, des industriels, des opérateurs de transport et des collectivités locales. Il reçoit le soutien de l'ADEME<sup>1</sup> et de l'ANVAR<sup>2</sup>. Il vise à construire des coopérations entre acteurs publics et privés.

Il contribue à :

- identifier les verrous technologiques et rechercher les moyens de les lever ;
- améliorer la qualité des services de mobilité pour les citoyens et les acteurs économiques en promouvant des systèmes plus sûrs et respectueux de l'environnement et de la santé ;
- accroître les performances économiques des acteurs du secteur, industriels et sociétés de service ;
- éclairer les politiques des transports.

<sup>1</sup> ADEME : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

<sup>2</sup> ANVAR : agence française de l'innovation

La période 2002 – 2006 est couverte par le PREDIT 3.

Trois objectifs de politique des transports et trois objectifs de politique de recherche se croisent dans l'élaboration de ce Programme ; la politique des transports pour assurer une mobilité durable des personnes et des biens, pour accroître la sécurité des systèmes de transport et pour améliorer l'environnement et réduire les émissions de gaz à effet de serre ; la politique de recherche pour favoriser le transfert des technologies vers les PME, pour contribuer au développement d'un Espace Européen de Recherche et pour développer l'implication des sciences de l'homme et de la société.

Le PREDIT n'entend pas couvrir l'ensemble de la recherche, plutôt questionner et inciter à la réflexion sur des enjeux essentiels que sont l'environnement, la sécurité, la logistique, la mobilité et l'évolution des territoires.

Pour atteindre les objectifs que s'est fixé le PREDIT 3, onze groupes opérationnels vont traiter des matières relatives à l'évolution de la mobilité, ou « des » mobilités. Le rapport de recherche présenté ici s'inscrit dans le thème « Services de mobilité », supporté par le deuxième groupe opérationnel, présidé par M. Claude ARNAUD (CONNEX) et composé d'une vingtaine d'experts et de membres de cabinets ministériels en charge de cette matière.

## 1.2 Objectif de la recherche

Disposer d'un éventail exhaustif des **services innovants rendus directement et physiquement au client** en matière de mobilité urbaine ou régionale en Europe, sous une forme aisément consultable, diffusable et transposable par différents partenaires européens du transport de personnes, quel que soit leur métier premier ou leur localisation, est l'objectif principal de cette recherche.

## 1.3 Approche méthodologique de la recherche

### 1.3.1 La méthode de travail

Les consultants de Missions Publiques ont mobilisé tous leurs contacts dans les différents pays d'Europe, contacts souvent établis dans le cadre de missions d'évaluation et/ou de recherche engagées auparavant. L'information nous est parvenue par téléphone, par fax parfois et par l'envoi d'une documentation, exhaustive pour certains services innovants (Cfr. le « Transport Individuel Public » de Genève), directement par les initiateurs ou les responsables des services concernés. Internet a permis de compléter quelquefois les informations d'ordre pratique.

### 1.3.2 La notion de « service »

Différentes questions ont émergé dès le départ de la réflexion.

~ **Qu'entend-on par « service » ?**

- Le service rendu physiquement au client?
- Le service rendant les transports publics attractifs ou le service ciblé sur la diminution de l'utilisation de la voiture ? Ou les deux ?

## ~ Comment identifier les services ayant valeur pour notre recherche ?

- D'après une grille pré-élaborée, il s'agissait de répondre à une série de questions, les mêmes pour chaque initiative. Ensuite l'équipe a tenté d'affiner les réponses globales, de compléter les différents points avec ce qui semblait relever d'importance.
- Quelle place laisser à ces portes entr'ouvertes, lorsqu'on a connaissance d'une initiative et que l'on n'a pas, à ce jour, d'informations extrêmement précises ?
- Comment mesurer exactement le degré d'innovation d'un service ?  
Choisir de ne pas se concentrer exclusivement sur les pionniers, mais justement sur ceux chez qui le service est arrivé à un degré de maturité (ayant permis une mesure d'impact et une évaluation) ? Il est nécessaire de définir ce que l'on entend par « innovant », d'y « coller » une série de critères.
- Comment mesurer le « succès » d'un service (degré de satisfaction ? nombre de voitures sur les routes en diminution ? etc.) ?  
Une initiative peut être très efficace et apporter une amélioration considérable au niveau de service offert aux usagers sans forcément être très innovante (mais simplement bien étudiée, en rapport avec les attentes des usagers et mise en œuvre de façon efficace). L'innovation n'est pas une fin en soi, le service doit répondre à une attente et bénéficier d'une bonne reprise auprès des usagers (ex. le car-sharing est « innovant » mais quelle proportion de la population le pratique à ce jour ?).
- Les services étudiés doivent-ils être forcément quelque chose d'innovant dans l'absolu ou simplement quelque chose qui n'existe pas encore en France ? Quel est ou sera le degré de transférabilité de l'initiative dans le contexte français (quelle approche donner pour les services pour lesquels on sait que la mise en œuvre sera très difficile du point de vue technique ou organisationnel, ou interdite pour des raisons juridiques, en France) ? Faut-il inclure la France dans l'échantillonnage des services à étudier ?

Nous avons répondu à ces questions de la manière suivante :

Certaines des initiatives engagées en territoire français, décrites dans les fiches de notre étude, sont déjà connues de la DRAST et figurent dans des publications précédentes du PREDIT et/ou du CERTU. Ces publications ayant un but commun avec la recherche en cours - élever le niveau de connaissance des bonnes pratiques en Europe et participer à leur diffusion, la plus large possible - nous n'avons pas exclu de notre rapport final les initiatives parfois mentionnées dans l'une ou l'autre de ces publications. Le cas échéant, et lorsque les ouvrages nous sont connus, ils sont cités dans la bibliographie consultable dans les dernières pages du présent document.

En outre, il ne s'agissait pas non plus de se démarquer de ce qui se fait en France par rapport aux expériences menées ailleurs en Europe. Mettre un coup de projecteur sur initiatives françaises pertinentes, et parfois constater des différences, comme des rapprochements, entre la France et ses partenaires, nous est apparu comme un élément de recherche à ne pas négliger.

Notons également qu'un regard continu posé sur les expériences innovantes, quel que soit dès lors le pays qui les engage, permet de cerner leur évolution dans le temps : changement de nom, de concept, réorientation de la mission de base, ouverture vers un public plus large qu'initialement prévu... Un parallèle ainsi établi entre diverses publications, ayant pourtant des dates rapprochées dans le temps, est intéressant à ce titre, par exemple :

le projet de « Station Services Vélo » ainsi baptisées en 1999/2000 (Cfr. RATP « Savoir-Faire » n°35, 2000) se présente sous le nom « Vélopoïe » dans l'ouvrage du CERTU et du Ministère « L'innovation au service des déplacements urbains », daté de 2001 et est aujourd'hui devenu « Ilôts Vélos » et a été inauguré sous ce nom le 20 mars 2002 en gare de Neuilly-Plaisance. Evolution d'un nom pour une évolution de concept.

## ~ **Comment classer les exemples de services ? Selon quelles catégories ?**

- 1) Par modes ? Transports publics, voiture, deux-roues, marche à pied, intermodalité...
- 2) Selon les critères de la norme CEN, en décrivant l'apport de chaque service dans la dimension qualité citée en titre ?
- 3) En proposant une classification par rapport à l'acteur/opérateur de l'initiative ?

Une version intégrée, à entrées multiples, sur les acteurs, sur les modes, sur les dimensions, etc. est difficilement réalisable sur papier. Un croisement entre la table des matières telle qu'elle est dressée ici et le point 1.3.4 (champs d'action) apporte un élément de réponse à cette question.

### **1.3.3 Les fiches de cas**

Nous proposons un cadre qui puisse décrire et clarifier les exemples retenus, sous forme de fiche standard d'analyse de cas, lesquels sont passés au crible des 8 critères de la norme européenne portant sur la qualité de service dans les transports de personnes (prEN 13816)<sup>3</sup> ; le point 2. « Mots clefs » reprend, pour chaque initiative, les éléments de la norme qualité qui y sont attachés.

La fiche détaille l'origine (historique, économique, sociale...) de l'expérience ; présente son ou ses initiateur(s) – pas toujours opérateur(s) ou autorité(s) responsable(s) de transport – et les engagements pris par ce(s) dernier(s) ainsi que les partenaires éventuels et le(s) public(s) bénéficiaire(s), qu'ils soient pris de façon individuelle ou en groupe.

La fiche évalue la mise en œuvre de l'expérience retenue ; la vision et le vécu pour les utilisateurs ; le lien avec les stratégies publiques de déplacement et de gestion du territoire ; si possible, une idée des budgets et du financement. Parfois les « ressources » ne sont exprimées qu'en « ressources humaines », parfois en « ressources financières et matérielles », selon les informations que nous avons pu obtenir auprès des chefs de projets.

La fiche apporte enfin des précisions sur la communication qui est faite de l'expérience engagée, au niveau local et/ou plus large (canaux de diffusion, documents qui « supportent » le projet et accompagnent la dissémination de ses résultats...) et sur les impacts attendus dans un système de déplacement à court et à long terme.

### **1.3.4 Les champs d'action**

Comme précisé en introduction, les champs sont multiples.

~ Le conseil en mobilité et l'accompagnement sont analysés aux points : 3.3.1 – 3.5.1 – 3.6.6 – 3.7.1 – 3.7.4 – 3.7.7 – 3.7.12

~ La garantie de service est vue aux points : 3.5.4 – 3.5.28 – 3.5.29 – 3.5.30

~ Les bouquets de services sont étudiés aux points : 3.4.1 – 3.4.4 – 3.5.6 – 3.5.10 – 3.5.11 – 3.5.16 – 3.5.17 – 3.5.32 – 3.6.8

~ Les services ciblés sur les temps et les lieux se retrouvent aux points : 3.4.3 – 3.5.2 – 3.5.3 – 3.5.18 – 3.5.19 – 3.5.20 – 3.7.5 – 3.7.11

---

<sup>3</sup> Offre de services – Accessibilité – Information – Temps – Attention portée au client – Confort – Sécurité – Environnement

~ Le partage du moyen de déplacement est détaillé aux points : 3.6.1 – 3.6.3 – 3.6.7 – 3.7.2 – 3.7.8

~ Les plate-formes multimodales sont mentionnées aux points : 3.4.2 – 3.7.3 – 3.7.6 – 3.7.9 -  
3.7.10 – 3.7.11

~ La valorisation sociale et la relation ludique sont visées aux points : 3.5.2 – 3.5.5 – 3.5.7 – 3.5.8 – 3.5.9 -  
3.5.12 – 3.5.13 – 3.5.14 – 3.5.23 – 3.5.24 – 3.5.25 – 3.5.26 – 3.5.27 – 3.5.31 – 3.5.33

~ Les services d'information en ligne sont passés en revue aux points : 3.3.1 – 3.3.2 – 3.5.15 – 3.5.21 – 3.5.22  
– 3.5.34 – 3.6.2 – 3.6.4 – 3.6.5 – 3.7.6

Cette classification ne représente qu'une porte d'entrée dans le document. Elle n'a pour vocation que de rassembler les sujets de recherche selon des grands champs d'action et est indiquée ici à titre informatif. Elle n'est pas la seule classification pertinente et les choix effectués comportent en eux une part d'arbitraire. La liste des mots clefs ou les chapitres par modes peuvent être tout aussi utiles au lecteur.

### **1.3.5 Les « focus »**

Missions Publiques s'est attaché à considérer des domaines phare, sur lesquels la recherche doit se concentrer, aujourd'hui et dans les 5 ans qui viennent, parce que ce sont des « sujets d'avenir », des messages qu'envoie la société du XI<sup>ème</sup> siècle. La problématique des personnes âgées et/ou des Personnes à Mobilité Réduite –PMR-, est l'un d'eux (Cfr. fiches 3.5.23 – 3.5.24 – 3.5.25). L'intégration sociale, par l'octroi de facilités de déplacement aux plus démunis en est un autre (Cfr. fiches 3.5.26 – 3.5.27). La gestion des temps des villes (Cfr. fiche 3.7.5) et les réponses saisonnières aux demandes des clients (Cfr. 3.5.18 – 3.5.20) en est un troisième.



## 2 Synthèse des résultats

Une collection de 62 fiches de « services innovants en mobilité en Europe » sont présentées dans les pages qui suivent.

### 2.1 Pays étudiés

A - Autriche	1
B - Belgique	5
CH - Suisse	6
D - Allemagne	12
E - Espagne	4
FIN - Finlande	1
F - France (+ 1 DOM-TOM)	11 + 1
GB - Grande-Bretagne	3
I - Italie	2
N - Norvège	1
NL - Pays-Bas	7
S - Suède	4
EUR – Europe	3
INT – International	1
<b>total</b>	<b>63</b>

### 2.2 Liste de mots-clefs

La liste des mots clefs reprend, entre autres, les différents modes de transports analysés dans ces fiches, les huit critères de qualité de service de la norme CEN, les dimensions dans lesquelles s'inscrivent les projets (Personnes à Mobilité Réduite –PMR-, intégration sociale, aide aux touristes, gestion du temps, etc.), les termes ayant directement trait aux technologies nouvelles (GSM, affichage dynamique, borne interactive, etc.) et aux initiatives innovantes (auto-partage, service à la demande, etc.), les termes d'infrastructures... Chacun de ces mots est amené à figurer au moins une fois dans les fiches qui suivent.

abonnement	géolocalisation	restaurant
accessibilité	gestion	rural
accompagnement	GPS	scooter
accueil	gratuit	secours
affichage dynamique	GSM	satisfaction
aménagement	handicapé lourd	sécurité
amende	information	sensibilisation
antivol	infrastructures	service à la demande
assistance	intégration sociale	service de nuit
assurance	intégré	services publics
attentes des clients	intermodalité	site propre
autobus	Internet	solidarité
automobiliste	interurbain	stationnement
auto-partage	isolement	sûreté
avion	itinéraire	surveillance
bagage	jeune	tandem
billetterie	localisation	tarification
borne interactive	location	tarification sociale
bruit	logiciel	taxi
carte à puce	marche à pied	taxi collectif
carte magnétique	métro	technologie sans contact
charte	métro léger	technologies de
chômeur	parcours	l'information et de la
code de la route	Park & Ride	communication (TIC)
confort	partage	temps
covoiturage	personnes âgées	temps réel
cycliste	personnes à mobilité	trafic
cyclo-pousse	réduite (PMR)	train
danger	piéton	tramway
ébriété	planification	transfrontalier
électrique	point d'accès	transport de nuit
enquête	ponctualité	transporteur routier
entreprise	priorité	transports publics
environnement	propreté	transport social
équipement	proximité	tourisme
état d'ivresse	qualité	urbain
faibles revenus	réduction	vélo
ferry	régularité	VTT
fiabilité	remboursement	vitesse
fraude	réparation	voiture
fréquence	réservation	WAP

## **2.3 Marche à pied**

### 3.3.1 (AU) - Mobilkom Cityguide

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Service d'information via téléphone mobile, permettant au touriste ou au passant de visiter une ville et s'y déplacer aisément : il compose sur le clavier de son téléphone mobile l'un ou l'autre code qui lui permet d'accéder, 24h/24 et 7 jours sur 7, à des informations historiques, culturelles, pratiques... sur la ville. Il a également la possibilité d'effectuer un parcours guidé complet en mentionnant, via numéro codé, le lieu où il se trouve et son sens de déplacement.

#### 2. MOTS CLEFS

marche à pied – piéton - tourisme – information – parcours – GSM

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Vienne, AUTRICHE

La privatisation des Postes et Télécommunications autrichiennes a mené, en 1995, à la création de Mobilkom qui a rapidement pris une orientation-client et développé un marketing efficace.

#### 4. OBJECTIFS

Offrir un accès dynamique et personnalisé à la ville, à un public résident ou de passage.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche.

#### 6. COMMUNICATION

MINI-BROCHURE PROMOTIONNELLE, SOUS FORME DE CARTE DE CREDIT

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une souplesse et une flexibilité dans le déplacement à vocation touristique ou de découverte d'une ville, par un public étranger ou autochtone.

#### 8. RESSOURCES

Le Mobilkom Cityguide utilise le premier réseau autrichien de communication mobile, A1.

Une coopération avec des entreprises « hi-tech » (AMDOCS - AT (Austria Telecommunication) - Hewlett-Packard - Motorola - Nokia) a permis les développements les plus avancés à Mobilkom. D'un côté, les partenaires scientifiques et de recherche de Mobilkom sont largement impliqués dans les développements des technologies de l'information et de la communication et, de l'autre, ils s'attachent à conserver une ligne scientifique basée sur des principes extrêmement précis.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

La communication digitale ouvre une possibilité de rendre des services d'une façon qui n'était pas imaginée il y a seulement vingt ans.

En collaboration avec VOR, l'autorité de transport de la Région Est et l'opérateur des bus, un projet pilote est lancé dans lequel les passagers peuvent indiquer, par le simple envoi d'un Texto, leur choix du lieu où ils désirent voir le bus s'arrêter (7 arrêts pilote ont été équipés jusqu'ici dans ce cadre. On illustre ainsi la possibilité de combiner les technologies mobiles et les transports publics.

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Mobilkom Austria AG & Co KG

web site : <http://www.mobilkom.at> & <http://www.a1.net>

e-mail : [kundendienst@mobilkom.at](mailto:kundendienst@mobilkom.at)

tél. : +43 / 1 / 331 61 - 0 & A1-PocketNet-Hotline : 0800 664 111

fax : 0800 664 601

adresse : Obere Donaustraße 29 - 1020 Vienne – AUTRICHE

## 3.3.2 (F) – CITYNEO, plate-forme de géolocalisation automatique

### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Le City-Assistant™ de poche, CITYNEO est un service qui compte plus de 100 rubriques de contenu géolocalisé, horodaté et qualifié sur 50 villes françaises, découpées par quartiers et sous-quartiers (Ajaccio, Amiens, Angers, Angoulême, Annecy, Avignon, Aix-en-Provence, Bayonne, Besançon, Béziers, Biarritz, Blois, Bordeaux, Brest, Caen, Calais, Cannes/Grasse/Antibes, Clermont-Ferrand, Dijon, Dunkerque, Grenoble, Marseille, Paris, La Rochelle, Le Havre, Le Mans, Lille, Limoges, Lyon, Metz, Montpellier, Nancy, Nantes, Nice, Nîmes, Orléans, Pau, Perpignan, Poitiers, Quimper, Rennes, Reims, Rouen, Saint-Étienne, Strasbourg, Toulon, Toulouse, Tours, Troyes, Valenciennes). Il recouvre l'ensemble des besoins de la vie de tous les jours d'un piéton dans une ville.

Concept d'info post-it, segmenté en 10 catégories, CITYNEO regroupe 200000 fiches-lieux détaillées dont 12000 bars, 15000 restaurants, 6000 pharmacies, 5000 fleuristes ; liste à laquelle s'ajoutent des informations en temps réel sur plus de 6000 événements (concerts, théâtres, spectacles, brocantes). CITYNEO permet à ses utilisateurs de trouver rapidement des lieux ouverts, correspondant à leurs besoins, dans le périmètre réduit autour de l'endroit où ils se trouvent, ainsi que l'information essentielle décrivant ces lieux, rédigée dans un style concis et pertinent.

Rubriques : restaurant, fast-food, livraison à domicile, bar, night-club, bowlings, karting, patinoire, web café, supermarché, distributeur de billets, poste, fréquence radio, mairie, objets trouvés, tabacs, taxis, teinturier, dépannage auto, commissariat, location de voitures, coiffeur, fleuriste, caviste, dentiste, médecin, pharmacie, hôpitaux, vétérinaire, électricien, plombier, serrurier...

CITYNEO a développé un outil de navigation simple qui s'adapte aux contraintes des utilisateurs de terminaux :

- Le box-ticking offre la possibilité à l'utilisateur de cocher des cases pré-définies ce qui lui facilite la sélection.
- Le neoSMS permet à l'utilisateur de recevoir et donc de sauvegarder et transmettre l'information requise par SMS.

### 2. MOTS CLEFS

marche à pied – piéton – cycliste – vélo - géolocalisation – proximité – GSM – GPS – PMR – information – taxi – services publics - voiture

### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

FRANCE, EUROPE

CITYNEO a son siège social en France (25 collaborateurs) et a ouvert une filiale en Belgique (5 collaborateurs). Service créé en octobre 2000.

### 4. OBJECTIFS

City-guide adapté à la mobilité du piéton, avec localisation et heures d'ouverture, sur téléphone portable, de commerces, de services, la proximité des parkings pour les restaurants, les accès handicapés, les modes de paiement... CITYNEO fournit simultanément à l'utilisateur l'itinéraire, sous forme de feuille de route, en choisissant l'option « ouvert maintenant » de sorte que l'utilisateur n'obtienne que des informations utiles, en temps réel. Il est prévu qu'à l'avenir la cible « automobilistes » soit visée, avec la fourniture d'infos trafic pour se rendre le plus rapidement possible au lieu sélectionné.

Pour répondre à la contrainte du terminal GSM, le City-Assistant™ de poche ne propose ni éditorial, ni photo ni carte. A ce jour, CITYNEO s'étend à 60 villes (50 en France et les 10 premières en Belgique) et s'est fixé pour objectif de couvrir 100 villes d'Europe (dont) dès la fin 2003.

### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Qu'ils soient urbains ou itinérants, les utilisateurs de mobiles manifestent leurs attentes en services de proximité pour demeurer « toujours en contact » où qu'ils se trouvent. L'ergonomie conviviale de CITYNEO leur permet de prendre connaissance en quelques clics du service qui les intéresse. Ils reçoivent du bout des doigts une information personnalisée au moment où il le souhaitent.

La cible : l'ensemble des utilisateurs de téléphones mobiles avec un focus sur les citoyens dans leur ville et les itinérants.

### 6. COMMUNICATION

Site web vitrine [www.cityneo.com](http://www.cityneo.com), communiqués et dossiers de presse sont les canaux de communication choisis par CITYNEO. Une première info sur cette initiative avait été décelée le 6 avril 2001 sur la page Internet [www.startupline.com](http://www.startupline.com).

### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une convivialité optimale, par un système simple et clair qui accompagne le piéton dans la ville et lui fournit tout type d'information utile, au moment où il souhaite l'obtenir, et de la flexibilité dans ses déplacements avec, au final, peut-être un goût retrouvé des déplacements à pied.

### 8. RESSOURCES

Principal fournisseur d'informations géolocalisées du portail « A Proximité » d'Orange, CITYNEO a sécurisé un premier tour de table de 3 millions d'Euros auprès de deux investisseurs majeurs du marché des hautes technologies, Innovacom, la société d'investissement de France Telecom, et Part'Com, afin d'accompagner le déploiement de son offre en Europe.

Un modèle de revenu équilibré entre les revenus partagés avec des opérateurs de GSM (Orange en France, Mobistar en Belgique), des accords d'affiliation avec des sites de commerce électronique et de la publicité contextuelle a été établi. CITYNEO et Opt[e]way ont signé un accord de coopération afin de développer de nouvelles applications sur des terminaux mobiles intelligents de type PDA ou smartphone, adaptés à la technologie du GPRS. La première étape de ce

partenariat permet à CITYNEO de lancer son City Assistant™ sur PDA reprenant toutes les informations CITYNEO déjà disponibles sur wap.cityneo.com. Ainsi, Cityneo se positionne sur le marché des services géolocalisés pour PDA sur réseau GPRS.

Capital de l'entreprise: € 133 334.

## 9. LEÇONS À RETENIR

Tablé sur les lancements technologiques qu'annonçaient de façon imminente le GPRS et la localisation automatique, le projet CITYNEO aurait dû bénéficier rapidement de ces deux systèmes. Les opérateurs, tant français que belge, ont accusé un certain retard dans leur développement : la Localisation Automatique n'a été possible via Orange qu'en 2001, SFR devrait se lancer dès avril 2002 et Bouygues Telecom un peu plus tard dans l'année ; le GPRS n'est encore le fait d'aucun opérateur, ni français ni belge (Proximus, Mobistar, Orange).

## 10. CONTACTS

nom / titre : Mme Romy KIKANO

institution / entreprise : CITYNEO

web site : <http://www.cityneo.com> - adresse du site wap : wap.cityneo.com

e-mail : [romy.kikano@cityneo.com](mailto:romy.kikano@cityneo.com)

tél. : +33.(0)1.49.49.03.88

fax : +33.(0)1.49.49.04.08

adresse : 50, rue Albert Thomas - 75010 Paris - FRANCE

## **2.4 Deux-roues**

### 3.4.1 (UK) - Service locatif de vélos sur des aires Park & Ride

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Des locations de vélos, qui peuvent être prises directement sur place ou pré-arrangées via Internet ou par téléphone, sont proposées sur des aires de Park & Ride. Les vélos y sont loués pour des activités de loisirs ou pour se rendre au travail. Un cahier des charges va être établi, et un appel d'offres lancé, pour la location d'une cinquantaine de vélos.

#### 2. MOTS CLEFS

vélo – location – park & ride - intermodalité

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Winchester, GRANDE-BRETAGNE

Expérience nouvelle, soutenue par le Winchester Cyclists Forum et par l'autorité locale.

#### 4. OBJECTIFS

- Contribuer à une multiplication par 4 de l'utilisation du vélo à l'horizon 2012 (en comparaison des chiffres de 1996)
- Stimuler auprès des résidents et des touristes l'utilisation de moyens de transport durables
- Réduire le trafic en centre-ville

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche.

#### 6. COMMUNICATION

La publicité en est faite en dehors de la ville par voie d'affiches, de dépliants, sur Internet et en radio.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Un tel service peut influencer à court terme le choix des citoyens par la combinaison vélo/voiture qu'il propose. A long terme une telle initiative montre aux citoyens l'avantage que peut avoir le vélo pour certains déplacements.

#### 8. RESSOURCES

Projet financé par l'autorité locale.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Comme un tel projet ne demande pas des ressources exhaustives, il suffit de motiver les acteurs locaux au fait d'y consacrer un petit budget. A plus long terme on peut imaginer que l'initiative soit rentable sur foi des recettes engendrées par la location de vélos.

#### 10. CONTACTS

nom / titre: Mr Tony CIABURRO

organisation : Hampshire County Council

web site :

e-mail : [tony.ciaburro@hants.gov.uk](mailto:tony.ciaburro@hants.gov.uk)

tél. : +44.1962.84.68.91

fax :

adresse : The Castle, Winchester - Hampshire SO23 8UJ - GRANDE-BRETAGNE



## 3.4.2 (I) - Location des scooters électriques

### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Des locations des scooters électriques sont proposées aux citoyens romains. Les stations de location se trouvent près de zones Park & Ride, ceci afin de favoriser l'intermodalité.

Quatre cents bornes sont installées dans la ville, soixante d'entre elles sont de type « quick charge ».

La location coûte 1,3 € de l'heure pour les deux premières heures, ensuite le tarif est dégressif.

L'automobiliste qui gare sa voiture au parking peut bénéficier d'un forfait incluant la location du scooter, au prix de 1,8 € de l'heure.



### 2. MOTS CLEFS

scooter - voiture - intermodalité - location - park & ride

### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Rome, ITALIE

Rome's Mobility Management a introduit ce service en décembre 1999, avec 300 scooters installés sur l'aire « park & ride » Villa Borghese, et l'a ensuite élargi avec 100 scooters supplémentaires en janvier 2000 à Piazzale dei Partigiani.

### 4. OBJECTIFS

Réduire le nombre de voitures en centre-ville en y offrant un accès par un moyen de transport zéro émission.

### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pour augmenter le nombre de scooters électriques mis à disposition des citoyens romains une subvention sur le prix d'achat d'un scooter neuf d'environ 50% a été prévue. En outre, les utilisateurs profitent d'autres facilités telles que l'accès illimité au centre ville (alors que celui-ci est interdit aux voitures) et des voies et des parking réservés uniquement aux scooters.

### 6. COMMUNICATION

Contribution à la conférence ECOMM European Conference for Mobility Management, de P. Aloia et C. Massa

### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Les 400 scooters et bornes doivent convaincre les citoyens de rejoindre le centre ville par ce moyen alternatif, qui ne produit pas de rejets polluants. En outre, le nombre croissant de ce type de véhicules en centre ville accentue l'idée même du projet qui est de passer progressivement d'un mode de déplacement polluant - la voiture - vers un mode plus respectueux de l'environnement et des vieilles pierres - le scooter électrique.

### 8. RESSOURCES

Le service a été financé par la ville de Rome qui a obtenu € 1,8 million d'aide de l'état italien dans le cadre du programme "Urgent measures for Jubilee 2000".

### 9. LEÇONS À RETENIR

Le service a d'ores et déjà rencontré quelque succès. Dès le début 9.500 contrats de location ont été passés, dont 8.000 payants et 1.500 de nature promotionnelle pendant la première période d'essai dans le cadre des « car free Sundays ».

### 10. CONTACTS

nom / titre: M. Pierluigi Aloia

organisation : Sustainable Mobility System Unit STA SpA - Agence pour la Mobilité de la Commune de Rome -STA-

web site : <http://www.euromobility.org/materiali/Workshop4/Aloiasta.doc>

e-mail : [p.aloia@sta.roma.it](mailto:p.aloia@sta.roma.it)

tél. : +39.06.571.184.78

fax : +39.06.571.185.47

adresse : Via Ostiense, 131/L - 00154 Rome - ITALIE

### 3.4.3 (F) - Ligne régulière de cyclo-pousses à La Réunion & initiatives similaires en France métropolitaine

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Mise en place en 1998 d'un nouvel élément du transport citoyen : une ligne régulière de cyclo-pousses dans le centre ville de Saint-Paul de La Réunion. Associés au fonctionnement traditionnel des bus, minibus, taxis et vélos, les cyclo-pousses participent à un schéma de desserte multimodale, conviviale et écologique.

#### 2. MOTS CLEFS

vélo – cyclo-pousse – transports publics – accessibilité – congestion – tourisme

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Saint-Paul de la Réunion, FRANCE (DOM TOM)

Saint-Paul est composée de plusieurs villages répartis dans des zones hautes, peu denses et d'une agglomération de 15000 km<sup>2</sup> située en zone littorale plate. La mobilité de la population saint-pauloise (80000 habitants) est très contrastée : elle est très forte pour les personnes motorisées (85% des ménages ont une voiture), elle est captive des transports publics pour les personnes à faible revenus. Les moyens traditionnels du réseau de transports en commun ne pouvant répondre aux demandes d'une desserte rapide de l'hyper-centre de Saint-Paul et des différents sites à proximité, il fallait accroître la complémentarité et la diversification de l'offre de transport.

#### 4. OBJECTIFS

Concevoir un système de transport ambitieux et diversifier l'offre de transport collectif par un service connexe, un moyen de transport autre que traditionnel, lorsque ce dernier ne peut répondre aux demandes partout (quartiers reculés, au bout d'impasses étroites - terrains inaccessibles pour des véhicules au gabarit habituel - longueur de ligne non rentable - congestion de l'hyper-centre...)

Les cyclo-pousses ont aussi parfois vocation de guide touristique dans les ruelles de Saint-Paul.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le système transporte entre 80 et 100 personnes chaque jour, et jusqu'à 300 personnes le jour du marché forain. Il est bien vu et accepté par la population qui n'hésite pas à en faire usage, essentiellement les jours d'affluence.

#### 6. COMMUNICATION

Les couleurs du réseau (vert, jaune, bleu) sont déclinées sur l'ensemble des véhicules et matériels.

Information issue de « Les nouveaux services », édité par le GART et l'ADEME, 2000 ?, p. 108 – [www.gart.org](http://www.gart.org) et les pages [www.place-publique.fr](http://www.place-publique.fr)

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Permettre une mobilité pour tous, par une ligne régulière de transport qui atteint des quartiers reculés, en retrait du réseau principal et non accessibles par des moyens de transport traditionnels. Le système de déplacement se voit ainsi élargi, par un maillage qui prend en compte la diversité du paysage.

#### 8. RESSOURCES

Aucune information spécifique sur ce sujet n'a pu nous être communiquée.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Sur foi de l'expérience acquise, une transposition dans un autre quartier de la ville, la station balnéaire Saint-Gilles, est envisagée.

Il semble que ce type de service nouveau ne doive pas être confiné aux seuls départements d'outremer et aux climats tropicaux. Une série d'initiatives de transport en cyclo-pousses, ou système apparenté, ont déjà vu le jour en France métropolitaine :

- Tandem-services, actif dans les rues de Paris, propose un service de transport de personnes sur vélo-tandem (cfr. fiche TANDEM-SERVICES)
- Sous l'égide de la Fédération française des Usagers de la Bicyclette (FUBicy), « Place au Vélo », à Nantes (<http://nantes.fubicy.org>) et « Vivre à Vélo en Ville », à Montreuil, en Seine Saint-Denis, des micro-projets de transport en cyclo-pousse, pour emmener les enfants à l'école (à Montreuil, une initiative de l'entreprise Oxygène, sept. 2000)

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Société d'économie mixte des transports de l'agglomération saint-pauloise (SEMTO)

web site : <http://>

e-mail : [pao@semtopastel.com](mailto:pao@semtopastel.com)

tél. : +262.262.45.65.20

fax : +262.262.45.71.60

adresse : 12, rue Mangalon – 97460 Saint-Paul - LA REUNION (FRANCE)

### 3.4.4 (F) – TANDEM-SERVICES, les nouveaux taxis

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

TANDEM-SERVICES, lien paisible et convivial entre les lieux et les hommes, propose dans les rues de Paris un nouveau service de transport de personnes sur vélo-tandem.

Le principe est celui des taxis automobiles : le client est pris en charge là où il le souhaite et déposé à sa destination. Seul l'engin de transport diffère : un vélo-tandem.

La selle avant est occupée par le conducteur, commerçant indépendant inscrit au Registre du Commerce, qui constitue son chiffre d'affaires au fil des courses, honore ses différentes charges (sociales, de fonctionnement, etc.) et dégage son bénéfice.

La selle arrière est destinée au passager. Différents aménagements ont été apportés au tandem de base pour assurer un confort optimum au client ; ainsi, son guidon est remplacé par un arceau, ce qui lui permet de se tenir droit.

Les deux pédaliers sont solidaires mais l'effort est donné et dosé par le conducteur, qui dispose seul, au moyen de ses commandes, de la maîtrise de l'ensemble.

#### 2. MOTS CLEFS

vélo – cyclo-pousse – congestion – tandem – taxi – transports publics -

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Paris, FRANCE

Notons qu'une série d'initiatives de transport en cyclo-pousses, ou système apparenté, ont déjà vu le jour en France métropolitaine.

#### 4. OBJECTIFS

Au-delà de la prestation principale de « taxi », les conducteurs de TANDEM-SERVICES ont développé toute une gamme de services: coursier, navette d'entreprise, conduite d'enfants à l'école, circuits, promenades, vélo-école, etc. Ils se sont réunis autour du tarif suivant: prise en charge 2 puis 1 par kilomètre parcouru, avec des possibilités de forfaits ou d'abonnements.

Pour s'assurer d'un TANDEM-SERVICES, le client peut le héler dans la rue, le retenir par téléphone auprès du numéro central 01 42 60 66 55 ou bien par e-mail [resa@tandem-services.org](mailto:resa@tandem-services.org), éventuellement à partir du site Internet [www.tandem-services.org](http://www.tandem-services.org)

La finalité pour le concept TANDEM-SERVICES est d'instaurer le nouveau métier de conducteur de tandem, potentiellement très créateur d'emplois. L'Association pour les Tandem-Services organise et met à disposition l'ensemble des paramètres de succès des conducteurs: accompagnement dans la réflexion et les démarches administratives, formations, tandem adapté « grand public » (contre une caution de 725), tenue signalétique, parking commun au cœur de Paris, promotion d'ensemble, ... Le conducteur de TANDEM-SERVICES est indépendant sans être isolé.

A Paris, l'objectif est d'aboutir à la création d'au moins 120 emplois autonomes. Par ailleurs, l'Association a noué différents contacts pour développer ce concept sur d'autres grandes villes, en France comme à l'étranger.

Aujourd'hui une dizaine, les TANDEM-SERVICES sont appelés à croître en nombre sur Paris et à gagner de grandes villes de province avec lesquelles des contacts ont déjà été pris.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le service est perçu par ses utilisateurs comme « pratique » (le tandem, n'étant pas plus large qu'un vélo, se faufile aisément dans la circulation et tout retard est à exclure) et « sympathique » (une sorte de complicité s'établit rapidement entre client et conducteur).

La vocation des TANDEM-SERVICES, grâce à leur large gamme de prestations (taxi, coursier, navette d'entreprise, livreur, promenade, vélo-école, ...) est de s'adresser à un public large.

Ce moyen de transport se positionne maintenant parfaitement dans sa dimension utilitaire: une clientèle d'âges variés, très largement parisienne, majoritairement féminine. On note une faible minorité de touristes, même en saison.

Quelques propos recueillis :

« Un moyen de transport un peu curieux mais efficace et adapté à la circulation en ville » - « Le vélo sans les inconvénients du vélo : le garer, le cadénasser ...»

#### 6. COMMUNICATION

Une signalétique voyante (tandem profilé vert, gilet et béret orange pour le conducteur, fanion orange « Taxi » en haut d'une tige flexible) a été choisie pour retenir l'attention et créer un visuel.

La communication se fait par la distribution de dépliants et de cartons publicitaires, dont certains sont également édités en Braille. Un communiqué de presse a été rédigé mi-mars 2002.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

TANDEM-SERVICES s'inscrit manifestement parmi les services innovants en matière de mobilité. Econome en temps, en pollution et en stress, vecteur de découverte, de convivialité et ...d'un peu d'exercice, le paisible taxi sur vélo-tandem entend participer à la configuration des villes de demain, au même titre que les autres moyens de transport.

## 8. RESSOURCES

Les conducteurs de TANDEM-SERVICES sont des hommes et des femmes (moyenne d'âge : 31 ans) qui ont choisi cette activité comme métier à part entière ou pour compléter une autre occupation professionnelle en temps partiel. Ce sont des entrepreneurs individuels inscrits au Registre du Commerce. Accompagnés par l'Association, motivés par leur indépendance, ils jouissent d'une totale autonomie en matière d'horaires, d'action commerciale, de lieu d'exercice, ...

ATS bénéficie du soutien de grands partenaires : la Mairie de Paris et la Préfecture de Police, le groupe VINCI Park, l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie –ADEME- le cybermarché [www.houra.fr](http://www.houra.fr), l'Association pour le Droit à l'Initiative Economique, l'Ecole de Conduite Française, ...

## 9. LEÇONS À RETENIR

Les conducteurs sont épaulés par l'Association pour les Tandem-Services (ATS), en amont comme en aval de leur création d'entreprise : formations spécifiques dont « Pratique et Technique de la Circulation Cycliste à Paris », aides logistiques et assistance administrative.

## 10. CONTACTS

nom / titre : M. Frédéric MARTIN – M. Stéphane BOURIEZ

institution / entreprise : Association pour les Tandem Services

web site : <http://www.tandem-services.org>

e-mail : [info@tandem-services.org](mailto:info@tandem-services.org)

tél. : +33.(0)1.42.60.66.55

fax : +33.(0)1.42.60.46.35

adresse : VINCI park – parc stationnement Saint-Germain l'Auxerrois 1<sup>er</sup> sous-sol – place du Louvre – 75001 Paris - FRANCE



## **2.5 Transports publics**

### 3.5.1 (NL) – Un pass étudiants

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Octroi d'un pass étudiants, avec le choix laissé libre entre le « pass semaine » (pour les déplacements résidence-lieu d'études) et le « pass week-end » (plutôt pour ceux qui étudient loin de leur domicile familial et choisissent d'y retourner en fin de semaine).

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics - train – intégré

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

PAYS-BAS

Avant 1990 les étudiants vivant à plus de 9km de leur lieu d'études touchaient une prime de déplacement pouvant aller jusqu'à ± 108 par mois. Le Ministère de l'Education a dépensé pour cela quelque ± 92 millions pour les 189000 des 566000 étudiants remplissant les conditions d'obtention de cette prime de déplacement (avec une moyenne par étudiant par an de ± 488).

Première période contractuelle : 1991-1994 : Dans l'idée conjointe de réduire les coûts administratifs de paiement et de contrôle de ces primes et de développer l'utilisation des transports publics, un contrat fut passé avec les chemins de fer et d'autres opérateurs de transport pour accorder aux étudiants des abonnements gratuits. Le montant de ce contrat (± 184 millions) se substitua aux précédentes primes individuelles de déplacement. Le montant accordé par le Ministère aux étudiants passa à ± 322, montant divisé entre chemins de fer et autres transporteurs, principalement les compagnies municipales et les lignes de bus interurbaines. Le montant ayant été largement sous-estimé, la facture pour le Ministère s'avéra bien plus élevée que les ± 184 millions prévus.

Un organisme central gérait toutes les pass (avec photo d'identité) octroyés aux étudiants (18 ans et plus). Il n'y avait pas de restriction à l'usage mais on tenta d'échelonner les heures d'ouverture des lieux éducatifs, afin d'étaler dans le temps le trafic, particulièrement à certains points clefs du réseau ferré et sur les routes principales de bus reliant les écoles et les universités. Le résultat fut moindre qu'espéré et on observa une surcharge sévère longtemps avant que la capacité du réseau soit augmentée. Par exemple, des bus articulés d'une centaine de sièges roulent aujourd'hui entre la gare d'Utrecht et l'université (5 km) avec une périodicité de 5 minutes. Des trains supplémentaires ou des trains plus longs ont été mis en service aux heures de pointe. On attendait une augmentation du trafic de chemin de fer d'environ 15%. Les vendredis soirs représentant l'extrême pointe.

Deuxième période contractuelle : 1995-1998 : Afin de diminuer les coûts globaux et maîtriser l'augmentation des déplacements de loisirs des étudiants, le Ministère a imaginé un nouveau système : laisser aux étudiants le choix entre un abonnement-études gratuit, valable en semaine (étudiants vivant à la maison et se déplaçant du lundi au vendredi) et une option de déplacements gratuits du vendredi 19h00 jusqu'à la fin du week-end (destiné essentiellement aux étudiants vivant loin de chez eux et retournant dans leur famille durant les week-ends).

On croyait que seulement la moitié des étudiants choisiraient l'option week-end ; en réalité quelque 90% l'ont fait. Ceci a augmenté considérablement les coûts pour le Ministère responsable, puisque celui-ci supportait aussi le risque d'estimations erronées jusqu'à concurrence de ± 375 millions par an. Le nombre d'étudiants remplissant les conditions d'octroi chuta de 10%.

Troisième période contractuelle : 1999-2000 : Le système a cependant été poursuivi pour un second terme, avec quelques faibles aménagements pour ce qui est de l'indexation liée à l'augmentation des prix et la réduction de la part du risque supporté par le Ministère par rapport aux estimations du nombre d'étudiants remplissant les conditions ad hoc.

Des négociations sont en cours quant à une quatrième période contractuelle, qui devrait démarrer en 2003.

#### 4. OBJECTIFS

Faire connaître le transport en commun aux étudiants et développer son utilisation par cette catégorie de la population.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Il n'existe pas d'enquête destinée à mesurer en particulier la perception que les étudiants ont du train ; lors d'enquêtes, les étudiants sont interviewés avec d'autres groupes-cibles.

#### 6. COMMUNICATION

Le Student Pass est lié au financement des études, des campagnes de publicité ne sont donc pas utiles. Il existe des brochures d'information sur l'utilisation du Student Pass et sur les mesures à prendre en cas de perte, de vol, etc.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Des études de comparaison (Onderzoek Verplaatsingsgedrag) sur les modes de déplacements entre des groupes personnes qui avaient un Student Pass et d'autres groupes qui n'en avaient pas ont démontré que le Student Pass favorise le déplacement en train, même au-delà de la fin des études.

#### 8. RESSOURCES

Le Student Pass est financé par le Ministère de l'Education.

## 9. LEÇONS À RETENIR

---

Ne pas donner des cartes que les étudiants peuvent aussi utiliser pendant leur temps libre : cela coûte trop cher !

## 10. CONTACTS

nom / titre: Mr Donald HATCH

organisation : NS, Business Strategy & Development de NS Commerce

web site : <http://www.ns.nl/binnenland>

e-mail : [DJ.Hatch@Reizigers.ns.nl](mailto:DJ.Hatch@Reizigers.ns.nl)

tél. : +31.30.23.59.243

fax : +31.30.

adresse : NS Business Strategy & Development - IV 16.24 - BP 2025 - 3500 HA Utrecht - PAYS-BAS



### 3.5.2 (D) - NIGHT CRUISER, le bus de nuit avec bar et sono

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Un bus équipé d'un bar et d'une sono relie tous les lieux de sorties nocturnes, tels que bars et discothèques, pendant les trois nuits des week-end (vendredi, samedi et dimanche soir). Au total il existe 5 bus de ce type. L'opérateur a ouvert un portail Internet qui s'adresse plutôt aux jeunes.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus - service de nuit – confort – qualité – sécurité

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)



Le « night cruiser » dans son habit de lumière

Les services de nuit ont une longue tradition à Hambourg. Le réseau actuel date de 1970. L'ensemble du réseau de nuit est desservi chaque nuit avec une fréquence de 15 à 30 minutes pendant les week-ends et de 30 à 60 minutes pendant la semaine. Il existe un point de rendez-vous central au cœur de la ville où toutes les lignes de bus se rejoignent. En l'an 2000, le « night cruiser » a été mis en service pour relier ce pôle d'échange avec les principaux lieux nocturnes (discothèques ou bars). Les tarifs du « night cruiser » sont les mêmes que pour les bus et métros, et les tickets identiques à ceux qu'émet l'opérateur Hamburger Verkehrs Verbund.

#### 4. OBJECTIFS

- Rendre attractif les transports publics, surtout auprès des jeunes clients, et améliorer leur image.
- Réduire les accidents de voiture causés par l'abus d'alcool, un problème concernant surtout les jeunes.
- Offrir un service de bus reliant les principaux lieux de sorties nocturnes, pour faciliter le renom à la voiture.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Un bus équipé d'un bar, offrant la possibilité de boire un verre dans une ambiance fun, est attractif pour de jeunes passagers.

#### 6. COMMUNICATION

La diffusion de la publicité est assuré par les canaux suivants :

- portail Internet (<http://www.nightcruiser.net>),
- dépliants distribués dans les agences du Hamburger Verkehrs Verund,
- publicités dans les cinémas,
- affiches à l'intérieur et à l'extérieur des bus et métros de la Hamburger Hochbahn AG (opérateur principal de la ville).

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

L'offre d'un service de nuit de qualité et de confort reliant tous les endroits de sortie s'adresse aux jeunes ainsi qu'à tous les citoyens désirant un déplacement à la fois sûr et confortable, pendant la nuit. A long terme, un tel service cherche à diminuer l'usage de la voiture privée pour les déplacements de loisirs.

#### 8. RESSOURCES

Le bus est intégré dans le système tarifaire de la Hamburger Hochbahn AG qui couvre tous les frais de ce service tels que la transformation du bus, le personnel d'accompagnement et les frais d'entretien. Sont acceptés tous les billets valables sur le réseau de Hambourg.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Bar et musique ont changé l'image des transports publics ; c'est là une offre très innovante et attractive pour un public jeune. Malgré le bon fonctionnement de ce projet il faut dire que, d'après les responsables de marketing pour ce projet il était très difficile de lancer un tel projet, ambitieux pour les nombreuses barrières bureaucratiques à lever lorsqu'on collabore avec une entreprise « lourde » telle que la Hamburger Hochbahn AG.

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Bootsmann marketing & kommunikation / Nightcruiser / Hamburger Hochbahn AG

web site : <http://www.nightcruiser.net>

e-mail : [tf@bootmann-marketing.de](mailto:tf@bootmann-marketing.de)

tél. : +49.(0)40.35.71.54.34

fax : +49.(0)40.35.71.54.36

adresse : Hambourg - ALLEMAGNE



### 3.5.3 (D) – Un bus de nuit, le samedi soir

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Développement d'un service de bus de nuit, du samedi 18h00 au dimanche 5h00, dans la conurbation de Munster, par un consortium de 5 opérateurs locaux. But initial : capter une partie de la population qui se déplace pour des loisirs, en allégeant le trafic des véhicules privés, qui plus est utilisés parfois par des conducteurs en état d'ivresse.

Un partenariat est engagé avec les théâtres et les organisateurs d'événements culturels, pour les soirées des quels des tickets combinés sont vendus ; il en résulte une pointe temporaire dans l'utilisation du bus de nuit.



#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus - transport de nuit – ébriété – état d'ivresse - assurance – sécurité - environnement

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Conurbation de Munster, Rhénanie-Wetphalie, ALLEMAGNE

#### 4. OBJECTIFS



- accroître la sécurité sur la route
- améliorer la qualité de la vie (dans les zones participantes au projet)
- protéger l'environnement
- valoriser les transports publics

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

665 000 utilisateurs totalisés en 2001

#### 6. COMMUNICATION

FICHE DE PROJET EXTRAITE DE LA DATABASE DE L'UITP

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

3500 clients chaque nuit de samedi à dimanche, entre 18h et 5h du matin

#### 8. RESSOURCES

Les ressources financières de ce projet ont trois origines : les titres de transports achetés par les clients, une subvention des districts partenaires et le sponsorat (sponsor le plus important : une compagnie d'assurance qui trouve son compte dans la diminution constatée des accidents de la route sur le laps de temps où circule le bus de nuit)

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Projet démarré en janvier 1996, qui a démontré son succès, à tout le moins pour un service de week-end, en conservant un niveau de prix acceptable.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Dr. Uwe Rennspiess, WVG-Betriebe

institution / entreprise : Westfälische Verkehrsgesellschaft (WVG)

web site : <http://www.wvg-online.de>

e-mail : [uwe.rennspiess@wvg-online.de](mailto:uwe.rennspiess@wvg-online.de)

tél. : +49.(0)251. 62.70.250

fax : +49.(0)251. 62.70.222

adresse : Krögerweg 11 - 48155 Münster (Nordrhein-Westfalen) - ALLEMAGNE

### 3.5.4 (UK) – La réservation de sièges

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

La possibilité de réserver des sièges est une initiative prise par Anglia Railways, la compagnie qui dessert le réseau ferroviaire entre Londres et l'East Anglia (villes de Colchester, Ipswich et Norwich). Les utilisateurs du « 1<sup>st</sup> Class Season (Period) Ticket » qui voyagent régulièrement dans les mêmes trains, le matin comme le soir, du lundi au vendredi, ont la possibilité de réserver un siège pour chacun de leurs voyages. Ce service est gratuit et assure une place assise.

Le service est aussi lié à la facilité de renouvellement automatique des abonnements, payés par carte de crédit (la compagnie envoie les nouveaux abonnements par courrier postal au domicile des clients).

Si le service n'a pas été rendu pendant un mois X, la Charte des Consommateurs prévoit que le montant à payer sera automatiquement réduit d'une « somme d'endommagement » dont Anglia Railways s'acquitte pour le service non rendu. Le processus automatisé et la volonté que montre la compagnie de rendre un service fiable aux consommateurs confère une image positive à Anglia Railways.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train - confort - interurbain – tarification - abonnement

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Anglia, ROYAUME-UNI

A l'origine, la demande a été formulée par l'utilisateur : payer un extra pour avoir un service extra qui serait celui de pouvoir faire une réservation de sa place dans le train. Anglia Railways en a inversé le principe en accordant ce service aux navetteurs abonnés en 1<sup>ère</sup> classe, sans augmentation du prix du billet ; qui plus est, elle octroie un remboursement au navetteur si le service n'a pas été rendu.

La possibilité existe aussi de prendre des « discounted tickets » si le navetteur ne peut pas prendre le même train tous les jours et donc ne pas bénéficier du service extra de réservation de sièges, même lorsqu'il prend un ticket périodique 1<sup>ère</sup> classe.

#### 4. OBJECTIFS

- Rendre attractif le rail pour les navetteurs.
- Augmenter la qualité du service.
- Maintenir le part du marché en concurrence avec d'autres franchisés interurbains, en consacrant beaucoup d'énergie et de ressources à l'aspect qualité du service.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le service n'est pas parfait à 100%, mais le taux d'utilisateurs satisfaits est en revanche très élevé.

C'est un service « customer oriented », avec la facilité conjointe de commander son abonnement par e-mail et de recevoir directement dans sa boîte aux lettres.

#### 6. COMMUNICATION

Un formulaire est à la disposition des clients aux guichets de vente de billets. Pour renouveler l'abonnement, il existe un système de courrier électronique et l'abonnement sera envoyé à l'utilisateur par courrier postal.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Impact attendu : maintenir la part de marché acquise dans un paysage concurrentiel, voire l'augmenter.

#### 8. RESSOURCES

Au cours de cette recherche il n'a pas été possible de déterminer le montant exact consacré à ce service.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Un tel service peut améliorer les conditions et la perception de la qualité du rail par les passagers. Et la concentration de navetteurs se voyant proposer une plus grande facilité de déplacement permettra de conserver le taux de fréquentation du réseau ferré.

#### 10. CONTACTS

nom / titre: Mr Jonathan DENBY

organisation : Anglia Railways, Cooperate Affairs Director

web site : [www.angliarailways.co.uk](http://www.angliarailways.co.uk)

e-mail :

tél. : +44.1.743.69.39.00

fax : +44.1.

adresse : GRANDE-BRETAGNE

### 3.5.5 (INT) - La presse gratuite dans les transports publics

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Mise à disposition, sur des présentoirs, de quotidiens gratuits d'information dans les stations de métro et près de certains abribus. Journal financé exclusivement par la publicité, composé d'articles très courts, souvent des dépêches d'agence et/ou des informations locales et fortement illustré de photos couleur, dans un concept d'actualité-minute et d'info de service. D'un format tabloïd, peu encombrant, ce type de presse d'actualité à consommer « sur place », répond au besoin de l'utilisateur des transports publics de s'informer rapidement, en cours de trajet, comme l'automobiliste au volant de son véhicule a la possibilité d'écouter la radio, elle aussi accessible gratuitement. Il rend le voyage « utile » et peut aussi offrir un certain plaisir, voire un confort supplémentaire, au voyageur. Il répond aussi à un besoin de facilité, le voyageur n'ayant pas de démarche particulière à accomplir (se rendre dans une librairie ou s'arrêter à un kiosque en station, choisir un journal, faire la file au comptoir et déboursier une somme, si faible soit-elle).

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – information – confort – temps - gratuit

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

FRANCE, EUROPE, MONDE

LES QUOTIDIENS GRATUITS D'INFORMATION ONT FAIT LEUR APPARITION LE LUNDI 18 FÉVRIER 2002 EN FRANCE, A PARIS ET MARSEILLE. A L'ORIGINE DU CONCEPT, LE GROUPE SUÉDOIS METRO, AUJOURD'HUI PRÉSENT DANS PLUS DE QUINZE PAYS, REVENDIQUE QUELQUE 9 MILLIONS DE LECTEURS (LECTORAT COMPOSE A 50% DE FEMMES).

#### 4. OBJECTIFS

L'argument de base de Metro est que l'information est un bien public et qu'à ce titre elle doit être mise à disposition de tous, gratuitement.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Une telle presse répond à un besoin primaire d'information, accompagne le trajet du client en le rendant plus « utile » et même pour certains, moins long. METRO peut se lire en 19 minutes et rencontre un lectorat féminin à plus de 50%. 38% des usagers en-dessous de 30 ans lit METRO au moins une fois par semaine.

Dans les pays où ce concept est déjà largement implanté, et depuis plus d'un an, il se crée un groupe de lecteurs, quotidiens, souvent assidus, de la presse gratuite d'actualité ; il y a la « famille » des « Metro » et les autres, gage d'appartenance à un groupe, à une certaine forme de culture.

#### 6. COMMUNICATION

METRO est un Organe de presse et de communication en soi. L'actualité télé et des quotidiens payants ajoute encore à la connaissance qu'en a le grand public, pas seulement les usagers du réseau RATP.



site [www.metro.se](http://www.metro.se) et [www.metro.lu](http://www.metro.lu)

dans « Le Monde », mardi 19 février 2002 & sur Libération.com, lundi 11 février 2002 « Un 'Métro' de retard »

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Glaner une part de clientèle qui souhaite faire un voyage « utile », sans bourse délier.

#### 8. RESSOURCES

Type de presse entièrement financé par la publicité.

Basée à Londres, Metro International est cotée à New York (NASDAQ) et à Stockholm. Elle a été dissociée en 2000 de sa maison mère, le Modern Times Group, qui rassemble les activités médias du groupe suédois Jan Stenbeck.

4ème groupe de presse quotidienne au nombre de lecteurs, METRO atteint 10 millions de paires d'yeux chaque jour et un total de 21 millions par semaine (2,8 personnes par exemplaire en mai 2001), à travers 22 éditions dans 14 pays et en 12 langues

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Comme cela s'est vu en France en février 2002, lors du lancement de METRO sur le réseau de transports publics parisiens, le projet peut rencontrer des difficultés pour ce qui concerne son impression et sa distribution. D'autres inquiétudes peuvent se faire jour chez les éditeurs de quotidiens payants qui peuvent craindre tant une baisse de leurs ventes qu'une diminution de leurs recettes publicitaires. La mise en place d'un quotidien gratuit ne se fait pas sans heurts.

## 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Metro International S.A.

web site : <http://www.metro.lu>

e-mail : [info@metro.lu](mailto:info@metro.lu)

tél. : +44.20.7408.0230 / Corporate Communications +44 20 7321 5010

fax : +44.20.7493.3229 / Corporate Communications +44 20 7321 5020

adresse : Leconfield House, 4th Floor - Curzon Street - London W1J 5JA - GRANDE-BRETAGNE  
Corporate Communications : 30 St James's Square - London SW1Y 4JH - GRANDE-BRETAGNE  
75, Route de Longwy - 8080 Bertrange - LUXEMBOURG

### 3.5.6 (CH) – RAILSHOP, la supérette dans le train

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Sur l'une des grandes lignes de train en Suisse (Berne-Zurich) des voitures « supermarché » ont été mises en service. Les 2 voitures circulent 10 fois par jour et assurent un service de 6.30h jusque à 9h du soir ; elles offrent tous les produits de consommation courante ainsi que des produits frais et des journaux (l'assortiment complet comprend 800 articles d'usage courant). Les passagers sont également invités à y prendre un café ou un snack, dans un espace aménagé de type bar. Le service est annoncé sur la page Internet de COOP ([www.coop.ch/railshop](http://www.coop.ch/railshop)), il mentionne les heures d'ouverture et fait quelques propositions de recettes faciles avec les produits vendus par RAILSHOP.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train - confort

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Berne, Zurich, SUISSE

SBB et la COOP Mineraloel AG ont développé ensemble ce concept. L'inauguration a eu lieu le 29 mai 2000 et les voitures RAILSHOP sont en service depuis cette date.

#### 4. OBJECTIFS



Le supermarché facilite les courses journalières des navetteurs, qui profitent du trajet pour les faire. En même temps ce service rend attractif le trajet en train, comparé à d'autres modes.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Après une période de rodage – les passagers devaient s'habituer à ce nouveau concept – le service a connu un succès enviable. Bien que les heures de pointe sont plutôt entre 7 et 9h et à partir du 4h de l'après-midi, le service est offert en continu, toute la journée.

#### 6. COMMUNICATION

- dépliants (contenant les heures d'ouverture du RAILSHOP)
- page Internet [www.coop.ch/railshop](http://www.coop.ch/railshop)
- émission de la radio allemande (Deutschlandfunk)

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Influence faible. Pas d'enquête de satisfaction de la clientèle effectuée à ce jour.

#### 8. RESSOURCES

Les voitures appartiennent à la SBB qui demande un loyer à la COOP, laquelle gère toute la vente

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Le service est couronné de succès à ce jour mais il est clair qu'un tel service a besoin d'un certain niveau de demande pour être rentable.

#### 10. CONTACTS

nom / titre: Mr Rolf Kaiser

organisation : COOP Mineraloel AG

web site : [www.coop.ch/railshop](http://www.coop.ch/railshop)

e-mail :

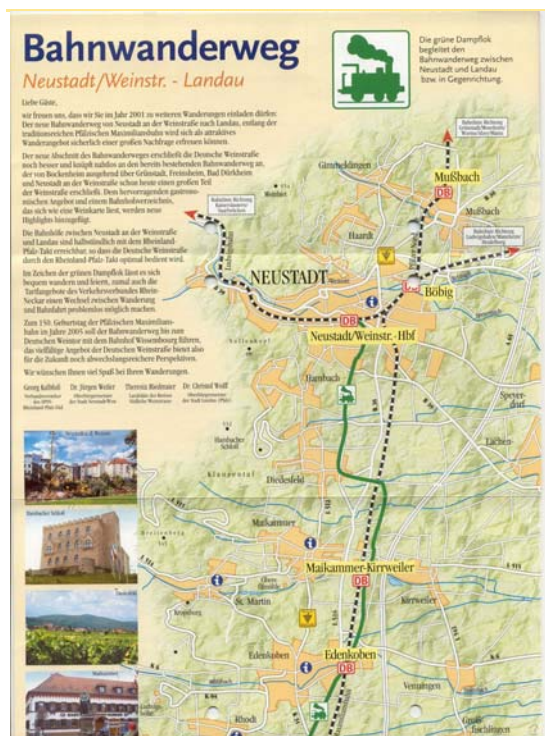
tél. : +41/61.485.41.41

fax : +41.

adresse : Postfach CH 4123 Allschwil - SUISSE

## 3.5.7 (D) – Randonnée en train en Rhénanie-Westphalie

### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE



Un dépliant de l'autorité organisatrice de Rhénanie-Westphalie, agrémenté de cartes et de photos, motive à la pratique de la randonnée, jumelée avec un trajet en train ou bus. La description précise les itinéraires intéressants et les horaires de bus et trains afin de faciliter l'accès aux points de départ des randonnées.

Le prospectus comprend également des offres spéciales de billets valables sur la ligne de train ainsi qu'un détail des correspondances pour rejoindre la région. En plus, il mentionne les numéros des renseignements des horaires et les modalités de transport de vélos, des propositions des tours à bicyclette, les numéros des offices de tourisme, des petites annonces de restaurants et des table d'hôtes ainsi que des musées.

Extrait du folder distribué dans les gares

### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train –vélo – marche à pied – information – rural - tourisme

### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Rhénanie-Westphalie, ALLEMAGNE

### 4. OBJECTIFS

- Rendre attractif le train dans une région rurale, essentiellement auprès des touristes.
- Promouvoir le train dans le segment de marché du loisir et motiver les utilisateurs à combiner train et vélo.

### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche. Quelques remarques téléphoniques faites par les lecteurs de la brochure traduisent que celle-ci est appréciée et acceptée par le public cible.

### 6. COMMUNICATION

L'autorité organisatrice responsable pour les rails et les bus régionaux de Rhénanie-Westphalie a édité la brochure „Wandern und Bahnfahren“.

### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Ce dépliant souhaite familiariser les citoyens avec l'usage des trains pour les déplacements de loisirs et d'excursion, alors qu'habituellement ils s'effectuent en voiture. Il propose donc des alternatives intéressantes et pratiques pour combiner différents modes de transport comme le train ou les transports publics pour une excursion pendant un week-end dans une région rurale et très attractive et vise en cela un changement de comportement des citoyens à long terme.

### 8. RESSOURCES

L'autorité organisatrice a financé la production de ces dépliant. Pour l'édition de brochures similaires il peut y avoir du sponsoring de la part de la Deutsche Bahn AG et de la communauté de transport de la Westphalie. Au cours de la recherche on n'a pas pu identifier un budget exact pour ce projet, mais les frais devraient rester dans le cadre de la production d'une telle brochure normale.

### 9. LEÇONS À RETENIR

Il n'a fallu que la motivation est l'action de l'autorité organisatrice pour mettre en chantier cette initiative. Comme la brochure représente une promotion également pour l'opérateur du rail et sert à rendre plus populaires les excursions

dans une région attractive, tous les acteurs en profitent, et ceci pourra faciliter énormément l'introduction d'un tel service.

## 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Wandern und Bahnfahren / Zweckverband Schienenpersonennahverkehr Rheinland-Pfalz Süd

web site : <http://www.rheinland-pfalz-takt.de>

e-mail : [zspnv.sd@lasv.rlp.de](mailto:zspnv.sd@lasv.rlp.de)

tél. : +49.(0) 631/36659-0

fax : +49.(0) 631/36659-20

adresse : Bahnhofstraße 1 - 67655 Kaiserslautern - ALLEMAGNE



### 3.5.8 (D) – Trains d'excursions en Rhénanie-Westphalie

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

En Rhénanie-Westphalie cinq trains relient pendant les week-ends les centres urbains et la campagne, sans qu'il y ait changement de train. Ces trains directs, dits « trains d'excursion », partent le matin, vers 9 h, et retournent dans l'après-midi, vers 16-17 h. Des dépliants, distribués dans le train et dans les gares, informent sur la route et proposent des balades. Le transport des vélos est gratuit dans ces trains d'excursion et dans tous les trains régionaux du Land par ailleurs. Dans certains trains des actions promotionnelles telles que dégustations de vins, sont initiées. Deux de ces trains d'excursion ont leur terminus sur le sol français (à Wissembourg).

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train - tourisme

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

L'autorité organisatrice –AO- des services de trains régionaux et l'AO responsable des services de bus régionaux ont établi cette offre en partenariat avec le ministère de transport de Rhénanie-Westphalie. L'opérateur des trains est la Deutsche Bahn AG.

#### 4. OBJECTIFS

- Soutenir les excursions touristiques en train.
- Promouvoir les lieux touristiques de Rhénanie-Westphalie.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche.

#### 6. COMMUNICATION

Via dépliants, site web, affiches dans les villes concernées.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Ce dépliant souhaite familiariser les citoyens avec l'usage des trains pour les déplacements de loisirs et d'excursion, alors qu'habituellement ils s'effectuent en voiture. Il propose donc des alternatives intéressantes et pratiques pour combiner différents modes de transport comme le train ou les transports publics pour une excursion pendant un week-end dans une région rurale et très attractive. Le fait que ces trains relient de grandes villes directement avec les destinations intéressantes dans la région rend le voyage en train particulièrement attractif.

#### 8. RESSOURCES

Le concept des trains d'excursion est développé par l'autorité organisatrice des services de trains régionaux. Comme toutes les autres prestations de la Deutsche Bahn AG, ces trains sont financés par cet organisme, qui en reçoit les moyens dans le cadre de la régionalisation de l'état fédéral.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

L'introduction d'un tel service demande la volonté et l'intelligence de l'autorité organisatrice, qui doit être prête à financer un tel projet. Une stratégie de marketing efficace pour un tel produit doit assurer que, une fois mise en circulation, ces trains vont être utilisés en grand nombre.

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Ministère de l'Economie, du Transport et de l'Agriculture (Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau)

web site : <http://www.rheinland-pfalz-takt.de>

e-mail : [inexistant]

tél. : +49.(0) 6131.16.2272

fax : +49.(0) 6131.16.2449

adresse : Stiftsstraße 9 - 55116 Mainz - ALLEMAGNE



### 3.5.9 (E) - Excursions et activités parascolaires en train

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Il s'agit d'un produit commercial développé en collaboration avec des professionnels de l'enseignement pour attirer des jeunes clients et plus concrètement, des enfants en âge scolaire. Un catalogue a été élaboré contenant des activités extrascolaires qui puissent être faites en utilisant les trains de Cercanias.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train - sensibilisation

#### 3. ORIGINE

Madrid, ESPAGNE

L'opérateur de trains espagnol RENFE - Cercanias

#### 4. OBJECTIFS

- Attirer l'attention des plus jeunes vers les transports publics et, plus concrètement, vers le train.
- Obtenir des recettes pendant les heures creuses.
- Communiquer sur l'image de Cercanias comme une compagnie favorisant les loisirs et la culture.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Au cours de l'année scolaire 2000-2001, plus de 135.000 élèves ont utilisé ce service.

L'utilisateur de Cercanias apprécie ce nouveau type d'activité proposé par le personnel pendant ses heures creuses au bénéfice des plus jeunes.

#### 6. COMMUNICATION

Une documentation est envoyée dans les écoles et le personnel de Cercanias, pendant ses heures creuses, visite les classes et rencontre des associations de parents pour diffuser l'information.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Donner aux clients potentiels des trains de Cercanias l'image d'un mode de transport moderne, sûr, de bonne qualité et satisfaisant pour le transport de loisirs. Le potentiel de nouveaux clients s'affirme

#### 8. RESSOURCES

Pendant la première année, les ressources financières provenaient du département d'éducation de Madrid et de la compagnie de transport Cercanias. Cercanias est désormais seul aux commandes.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Cette initiative montre comment jumeler des objectifs économiques et des objectifs relatifs à la demande publique dans le but d'influencer le choix modal des « futurs » citoyens. Elle s'inscrit aussi dans le cadre des déplacements de loisirs, un marché d'expansion pour ce qui est de l'utilisation de la voiture privée ces dernières années.

#### 10. CONTACTS

nom / titre: M. Wenceslao Sanchez Mendez

organisation : Cercanias - RENFE

web site : [www.renfe.es](http://www.renfe.es)

e-mail : [wsanchez@renfe.es](mailto:wsanchez@renfe.es)

tél. : +34.91.50.66.171

fax : +34.91.50.66.937

adresse : Avenida Ciudad de Barcelona n°8 –4a - 28007 Madrid - ESPAGNE

### 3.5.10 (CH) - Check-in en gare pour les passagers aériens

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Dans plus que 100 gares suisses il est possible de faire le check-in des bagages dans la gare qui assure la liaison avec l'aéroport, dans une plage horaire comprise entre 24 heures et 4 à 12 heures (selon les gares) avant le départ de l'avion. Ce service est offert pour les vols quittant les aéroports de Zurich, Genève et Bâle. Dans 24 gares il est aussi possible d'obtenir la carte d'embarquement. Ce service coûte un petit supplément de € 13,60 par pièce de bagage. La même chose est également possible pour le retour, si on acquiert d'avance une étiquette spéciale et que les documents d'enregistrement le mentionnent.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – intermodalité – train - avion

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

SUISSE

Ce service de check-in en gare existe depuis 1980. En 1988 a suivi le principe de l'obtention de la carte d'embarquement directement en gare.

#### 4. OBJECTIFS

L'objectif est de fournir un service complet aux voyageurs, qui favorise l'utilisation du train autant qu'il facilite l'arrivée à l'aéroport et, plus directement, à l'avion.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Ce service offre des avantages considérables, surtout pour les voyageurs ayant de lourds bagages. Le check-in avec carte d'embarquement permet également de réserver des places dans l'avion à un stade avancé, et de bénéficier d'un choix plus vaste.

#### 6. COMMUNICATION

Différents dépliants présentent ce service et des informations figurent sur le site web de la SBB.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Comme il s'agit d'un marché important et en pleine croissance, les Chemins de Fer Fédéraux suisses –CFF- a décidé d'offrir des prestations innovantes et veut augmenter le part de marché des services ferroviaires dans le package de services offerts par les aéroports.

#### 8. RESSOURCES

n.a.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Même s'il est né en 1980, il s'agit d'un service innovant, facile à utiliser.

La compagnie CFF, elle, a connu quelques difficultés lors de l'introduction du service : le fait de trouver des solutions globales pour un ensemble de problèmes individuels (par exemple, protection des bagages par un plomb pour des raisons de sécurité).

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Chemins de Fer Fédéraux suisses, Division „Personenverkehr“

web site : <http://www.cff.ch>

e-mail : [ga.service-center@sbb.ch](mailto:ga.service-center@sbb.ch)

tél. : +41(0)512.20.11.11

fax : +41(0)512.20.42.65

adresse : Hochschulstrasse 6 - 3000 Bern 65 - SUISSE

### 3.5.11 (D) – Un service de transport de bagages porte-à-porte

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Service de bagages porte-à-porte proposé par la DB AG, afin de favoriser l'usage du train. Le voyageur en possession d'un billet valable pour un trajet en train peut, contre paiement supplémentaire, faire prendre ses bagages à son domicile (ou au lieu de départ de son choix) et les faire livrer le lendemain à l'adresse de destination finale.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train – tourisme – PMR – personnes âgées - bagage

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

ALLEMAGNE

L'opérateur allemand des chemins de fer, la Deutsche bahn, est l'initiateur de ce projet.

#### 4. OBJECTIFS

Faciliter les voyages en train pour les personnes âgées et les PMR.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

L'avantage du service est que les bagages sont pris en charge de porte-à-porte ; l'inconvénient se situe dans la nécessité d'être présent au moment de la prise et/ou du dépôt de bagages.

Prix :

- 1<sup>ère</sup> pièce de bagage : 14,30 €
- pièces additionnelles : 9,20 €
- Supplément étranger, îles, aéroports : 6,15 € par pièce

#### 6. COMMUNICATION

Via dépliants, site web (<http://www.bahn.de>) et infos dans les gares.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Un tel service rend les moyen de transports alternatifs plus attractifs dans la mesure où il permet au passager d'être « délesté » des ses bagaes le temps d'effectuer le trajet vers ou depuis l'aéroport. C'est là une façon de réduire la dépendance des citoyens à la voiture lorsqu'il s'agit de transporter des bagages encombrants.

#### 8. RESSOURCES

n.a.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Il s'agit d'un service très fiable et important pour les personnes âgées et à mobilité réduite.

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Kurier Gepäck / Deutsche Bahn AG

web site : [http://www.bahn.de/pv/angebote/gepaeck/pv2\\_kuriergepaeck.shtml](http://www.bahn.de/pv/angebote/gepaeck/pv2_kuriergepaeck.shtml)

e-mail :

tél. : +49.(0)1805.48.84

fax : +49.(0)

adresse : ALLEMAGNE

### 3.5.12 (D) – Des minibars dans les trains régionaux

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Dans le cadre d'un projet pilote pour la requalification de chômeurs on a eu l'idée d'introduire un service de vente de snacks sur une ligne de trains régionaux (Kleve-Krefeld). Nommé « ROBI Rollendes Bistro », ce service s'effectue avec des trolleys et offre boissons et snacks aux passagers. Pensé spécifiquement pour les navetteurs, ce service est proposé aux heures de pointe, le matin et l'après-midi.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train – service – assistance – chômeur – confort – qualité – restaurant –surveillance

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Kleve, ALLEMAGNE

L'ASBL Integra gGmbH a été l'initiateur de ce service, introduit le 10 novembre 1998, et l'a développé en collaboration étroite avec la commune de Kleve. Integra est également responsable de l'exécution du service. La DB AG est aussi partie prenante.

#### 4. OBJECTIFS

On en dénombre quatre, complémentaires :

- La DB AG vise une satisfaction accrue des passagers sur cette ligne.
- La commune de Kleve investit des moyens pour la remise au travail et la formation de chômeurs plutôt que d'investir en aide sociale.
- L'ASBL Integra participe ainsi à la mise au travail des chômeurs à long terme.
- Les chômeurs obtiennent une perspective d'occupation concrète.



Employée de ROBI avec son trolley

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le matin, le passager profite d'un café ou d'un snack pour un prix acceptable, pendant son voyage. Et la présence de personnel supplémentaire dans les trains augmente le sentiment de sécurité ainsi que la possibilité de s'informer sur une situation X.

#### 6. COMMUNICATION

Article paru dans « Der Nahverkehr » 12/98, p. 66-68.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Le service cible une amélioration du confort dans les trains régionaux afin de convaincre les navetteurs d'utiliser le train plutôt que leur voiture pour leurs déplacements quotidiens. La diffusion d'un tel service peut, à terme, améliorer l'image du train.

#### 8. RESSOURCES

La fréquentation des trains « ROBI Rollendes Bistro » est de quelque 11 000 passager par jour ouvrable. Le projet n'ayant pas en soi de but purement lucratif, l'autorité a considérablement contribué au financement : les frais totaux au cours de la première année étaient de € 830.000. Les aides se composaient de la manière suivante : € 500.000 venant d'un co-financement du Land et de l'UE (programme AQUA Arbeit et Qualifizierung), € 215.000 provenant de la commune (épargné sur les aides sociales) et le reste restant à la charge de l'exploitant (Integra) qui a pu réaliser une marge d'environ € 115.000 sur les ventes.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

La mise en commun des intérêts particuliers de chaque acteur du projet s'est montré très efficace. D'après l'opinion de l'exploiteur, un tel service est uniquement rentable dans les heures de pointe. Le week-end ou le soir la rentabilité ne peut être garantie que dans le cadre d'un événement exceptionnel (match de football par exemple).

#### 10. CONTACTS

nom / titre: Mr Hansen

organisation : INTEGRA gGmbH

web site : pas de site web

e-mail : [integra-geldern@t-online.de](mailto:integra-geldern@t-online.de)

tél. : +49(0).2831.889.03

fax : +49(0).2831.37.01

adresse : Am Güterbahnhof 21 - 47608 GELDERN - ALLEMAGNE

### 3.5.13 (D) – Des bistrotts dans les trams

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

A Düsseldorf, certains trams sont équipés d'un espace bistrot : compartiment avec des tables et une petite cuisine au milieu de la rame. Le bistrot est géré par une personne qui sert des boissons et repas légers aux voyageurs.



Bistrot dans le tram de Düsseldorf identifiable par le pictogramme sur la côté

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – tramway - métro léger – restaurant – accompagnement – assistance – confort – qualité – sécurité – surveillance

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Les bistrotts de la ligne entre Düsseldorf et Krefeld existent depuis la fin des années vingt et sont encore et toujours exploités par une société privée, qui paye un loyer mensuel pour l'utilisation des compartiments.

#### 4. OBJECTIFS

La vente de snacks représente une augmentation du confort et ce service assure également une surveillance dans le tram par le personnel du bistrot.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

L'existence de ces bistrotts crée une atmosphère agréable pour les passagers du tram. De plus l'accompagnement fait par une personne dédiée à cette tâche améliore aussi le sentiment de sécurité. Pour les navetteurs l'avantage existe de pouvoir prendre le petit déjeuner et de gagner du temps chaque matin. En été le service se calque sur la saison et offre des boissons fraîches, ceci renforce encore l'image du tram convivial parmi les usagers.

#### 6. COMMUNICATION

L'opérateur annonce le service de bistrot dans ses fiches horaires par un petit pictogramme. Le même picto figure aussi aux arrêts situés le long de la ligne desservie.

Et aussi page Internet du Téléjournal de la Télévision Suisse Romande –TSR- le 20 mars 2002.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Pas d'impact mesurable, mais un tel service rend attractif les transports publics et peut convaincre l'un ou autre navetteur de choisir le tram « avec petit déjeuner » comme mode de déplacement quotidien.

#### 8. RESSOURCES

Les voitures équipées d'un bistrot sont la propriété de l'opérateur, l'exploiteur de ce service paye un loyer mensuel pour l'usage des compartiments « bistrotts ». D'après les informations de l'exploiteur, ce service est rentable.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Un concept presque semblable, de tram-restaurant, a récemment été introduit à Genève : prendre son petit déjeuner ou son repas de midi dans le tram est un nouveau service proposé par les transports publics genevois –TPG- qui mènent une expérience de tram-restaurant jusqu'au 13 avril 2002. Sur la ligne 12, un convoi circule, du lundi au samedi de 7h00 à 16h00, avec café-croissants le matin, sandwiches, salades et plats de pâtes à midi.

Le Tram- Restaurant est constitué d'une rame de 31 mètres avec deux compartiments et une cuisine centrale située entre les 2 wagons, toilettes et système de ventilation. Il y a possibilité de circuler d'un bout à l'autre du tram.

Capacité : 22 places assises, combinaison de tables pour 2 et 4 personnes.

#### 10. CONTACTS

nom / titre: Mrs. Schweers

organisation : Rheinbahn

web site : [www.rheinbahn.de](http://www.rheinbahn.de)

e-mail : [rheinbahn@rheinbahn.de](mailto:rheinbahn@rheinbahn.de)

tél. : +49.(0)211.582.1979

fax : +49.(0)211.55.26.04

adresse : Rheinbahn Hauptverwaltung - Hansaallee 1 - 40549 Düsseldorf - ALLEMAGNE

### 3.5.14 (S) – Le wagon-cinéma

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Sur la ligne "Nordpilen" (la Flèche du Nord), qui va de Stockholm à Lulea/Kiruna/Narvik et sur la ligne allant de Göteborg à Lulea, le passager peut non seulement prendre un repas et mais aussi assister à une véritable séance de cinéma, dans le seul wagon-ciné-bistrot connu au monde. Les films sont projetés sur écran large dans une salle qui peut accueillir jusqu'à 32 spectateurs.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train – confort

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Stockholm-Lulea/Kiruna/Narvik et Göteborg-Lulea, SUEDE

#### 4. OBJECTIFS

Proposer au voyageur, outre la possibilité de se restaurer pendant son trajet en train, celle de se divertir, de ne pas voir passer le temps, ceci en offrant un service similaire à celui que proposent maintes compagnies aériennes : la projection d'un film pendant le parcours. La différence est que dans le cas du train, un espace est spécialement dédié à cette activité.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Son trajet lui paraît moins long, plus agréable.

#### 6. COMMUNICATION

PAGE INTERNET [HTTP://WWW.SJ.SE/NODE](http://www.sj.se/node)

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT



L'opérateur suédois (Sj) offre dans certains trains un wagon équipé d'un cinéma. Ceci augmente le valeur du trajet effectué. Parce que lui est offerte cette possibilité de « penser à autre chose », le client peut rapidement choisir cette option de déplacement plutôt qu'un trajet en voiture particulière.

#### 8. RESSOURCES

Aucune information n'a pu être obtenue quant aux ressources nécessaires pour faire « tourner » un tel projet.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Pas d'information particulière à ce stade.

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : SJ AB Head Office

web site : <http://www.sj.se/node>

e-mail : [sjinfo@sj.se](mailto:sjinfo@sj.se)

tél. : +46.8.762.20.00

fax : +46.8.411.12.16

adresse : 105 50 Stockholm - SUEDE

### 3.5.15 (D) – Un titre de transport achetable par Internet

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Acheter un billet d'un jour pour les transports publics via Internet est un service proposé par la région Nord-Rhin-Westphalie. L'achat s'effectue par Internet et le billet peut être imprimé à distance. Le titre, qui coûte € 25, donne le droit d'utiliser dès 9h du matin et pour toute la journée, pour un groupe de cinq personnes maximum, tout le réseau de 2<sup>me</sup> classe de bus, tram et train de Nord-Rhin-Westphalie. Le billet est seulement valable si présenté avec la carte d'identité. Avec le billet est offert au client un bon de valeur, échangeable dans l'un des points de vente des réseaux contre un petit cadeau.



Annonce pour le titre sur Internet

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – accessibilité – confort – intermodalité – internet – interurbain – logiciel – tarification – train – tramway – autobus – tourisme – urbain

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Nord-Rhin-Westphalie, ALLEMAGNE  
Inauguration du service le 14 décembre 2001.

#### 4. OBJECTIFS

Faciliter l'usage des transports publics et éviter un temps d'attente, qui peut parfois être long, devant les guichets.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

La procédure d'achat du titre via Internet est correctement décrite sur le site web. Il faut seulement rentrer quelques données personnelles pour pouvoir imprimer son propre titre de transport, qui sortira immédiatement de l'imprimante. Le titre imprimé est uniquement valable lorsqu'il est présenté avec une carte d'identité.

#### 6. COMMUNICATION

L'offre est publiée sur la page : [www.bus-und-bahn.de](http://www.bus-und-bahn.de)

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Pas d'impact direct au système de déplacement. La vente des billets par Internet facilite néanmoins l'accessibilité des transport en commun et montre une vue d'ensemble des tarifs que le client potentiel peut obtenir.

#### 8. RESSOURCES

Cette initiative étant le résultat d'une coopération entre différents opérateurs, il est difficile de déterminer avec précision les moyens consacrés à ce projet.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

La procédure de mise en place d'un tel service est relativement aisée. Dans le chef de l'utilisateur ce service représente une simplification énorme : ne pas devoir faire la queue, ne pas devoir prévoir de la monnaie etc.

#### 10. CONTACTS

nom / titre: Mr Thomas Steffen  
organisation : Dortmunder Stadtwerke  
web site : [www.dsw.de](http://www.dsw.de)  
e-mail : [t.steffen@dsw.de](mailto:t.steffen@dsw.de)  
tél. : +49.(0)231.955.2109  
fax : +49.(0)231.955.3332  
adresse : Deggingstraße 40 - 44 141 Dortmund - ALLEMAGNE



### 3.5.16 (D) - S-Bahn Plus, le « tout en un » du confort et de l'information

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

L'intérieur de certains wagons de la ligne RER (S-Bahn) de la Ruhr a été décoré par des affiches proposant des visites de musées. Ces mêmes rames sont par ailleurs accompagnées de 2 contrôleurs pendant toute la durée du trajet ; d'une part leur présence accentue le sentiment de sécurité des voyageurs, de l'autre ils sont là pour répondre aux questions que leur poseraient ces derniers.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics - train - accompagnement - affichage - confort - information - métro - propreté - qualité - sécurité - surveillance

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Ruhr, ALLEMAGNE

La situation désolante de RER sales et non surveillés, dans la région de la Ruhr, a amené à imaginer ce nouveau concept. Ceci a pour but de rendre attractif et de sécuriser les RER de la région. Un partenariat entre la communauté de transport VRR et la Deutsche Bahn (opérateur) est à la base de cette initiative.

#### 4. OBJECTIFS



L'affichage d'informations et la description d'excursions, notamment au zoo ou au théâtre, stimule l'usage des trains RER, pas seulement pour les navettes vers le lieu de travail mais également pour les déplacements de loisirs. Parallèlement l'amélioration et personnalisation de l'intérieur des trains augmente le confort et la commodité des rames.

Dépliant vantant les mesures prises sur la ligne

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Les passagers des trains profitent pendant leur voyage des informations affichées partout dans les wagons, qui proposent des tours et excursions aux endroits intéressants de la région traversée et expliquent comment s'y rendre en transports publics. D'ailleurs l'accompagnement des rames par le personnel de sécurité crée une atmosphère plus sûre, essentiellement le soir.

#### 6. COMMUNICATION

Annonces régulières dans MOBILZEIT (revue distribuée en gare) et article publié dans le Mobilzeit 12/2001, p. 5, Ed. VRR.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Pas d'impact direct dans le système de déplacement ; ce service d'information améliore la perception qu'ont les passagers des transports publics surtout pour les déplacements de loisir.

#### 8. RESSOURCES

LE MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'ÉNERGIE ET DU TRANSPORT DU LAND AINSI QUE LA COMMUNAUTÉ DE TRANSPORT ET L'OPÉRATEUR (DB AG) SUBVENTIONNENT CE PROJET. MALGRÉ UNE STRUCTURE COMPLEXE DE L'ORGANISATION, UNE DÉTERMINATION EXACTE DES MOYENS CONSACRÉS À CE PROJET EST IMPOSSIBLE.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Un tel projet vise surtout le long terme en souhaitant changer l'image des transports publics. Par ailleurs, la présence de personnel en soirée est une mesure visible et concrète dans l'immédiat pour l'ensemble des clients actuels.

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Verkehrsverbund Rhein-Ruhr GmbH

web site : [www.vrr.de](http://www.vrr.de)

e-mail : [pr@vrr.de](mailto:pr@vrr.de)

tél. : +49.(0)209.1584.410

fax : +49.(0)209.1584.450

adresse : Bochumer Strasse 4 - 45879 Gelsenkirchen - ALLEMAGNE



### 3.5.17 (S)- Un terminal de pointe pour les autobus

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Terminal de bus ultra-moderne comportant un espace d'embarquement spécifique, dans lequel les voyageurs ne pénètrent qu'à l'arrivée du bus et dont les portes vitrées ne coulissent qu'au moment opportun, leur laissant seulement trois mètres à parcourir pour monter dans le bus. Ce terminal de pointe met les usagers à l'abri et du bruit et de la fumée des véhicules et aussi du danger que peut occasionner le trafic en rue et offre tout à la fois aux conducteurs un environnement plus sécurisé de par le fait que des passants ne déambulent pas autour de leurs bus. Les conducteurs disposent en outre d'un petit moniteur leur donnant une vue large sur l'espace situé derrière leur bus.

Le terminal offre une large palette de services : kiosque, café, comptoir fast-food, consigne automatique, cabines téléphoniques et toilettes ainsi qu'un office de tourisme et d'information aux voyageurs. Des écrans LED annoncent les heures de départ, les destinations et points d'accès et identifient les différentes lignes du réseau. Ils annoncent aussi les changements de dernière minute, lesquels sont également transmis par haut-parleurs.

L'architecture spacieuse du terminal est faite d'air et de lumière et incite à faire évoluer les valeurs du transport public.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus – point d'accès – accessibilité – sécurité – bruit – danger – trafic – information – confort - TIC

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)



Uddevalla, district de Kampenhof, SUEDE

#### 4. OBJECTIFS

Offrir à l'usager un nouveau concept de hall d'embarquement qui

- sécurise l'embarquement des voyageurs et l'environnement des chauffeurs de bus ;
- propose une gamme étendue de services connexes destinés à aider les passagers et tromper leur attente ;
- confère une image résolument moderne au transport public.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche.

#### 6. COMMUNICATION

INFORMATION TIRÉE DE « SOME EXAMPLES FROM SWEDEN – PUBLIC TRANSPORT INTERNATIONAL 1/1998 »- UITP DATABASE.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une utilisation accrue des bus de la ville par le niveau de qualité atteint par le service, dans les dimensions confort, accessibilité, temps d'attente et information

#### 8. RESSOURCES

Pas d'information spécifique obtenue pour cette question.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

PAS D'INFORMATION SPECIFIQUE OBTENUE POUR CETTE QUESTION.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Michael STJERNBERG

institution / entreprise :Västtrafik Fyrbodals AB

web site : <http://>

e-mail : [michael.stjernberg@vasttrafik.se](mailto:michael.stjernberg@vasttrafik.se)

tél. : +46.521.273.815

fax : +46.521.273.810

adresse : SUEDE

### 3.5.18 (B) – Le tram côtier au littoral belge

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Le tram côtier, fleuron des produits proposés dans la partie littorale du pays par la compagnie de transport public De Lijn, combine un service de type urbain avec des arrêts fréquents en ville et un service de type métro léger à plus grande vitesse entre les villes.

Le tram côtier se trouve au premier plan de la politique de sécurité de De Lijn. Entre 1999 et 2000, plus de € 10 millions ont été consacrés à des mesures de sécurité : suppression et réorganisation des passages à niveau, nouveaux systèmes de signalisation et programme de formation de conduite défensive pour adapter le service à une autre particularité de la région qui accueille des vacanciers dont l'attention a tendance à se relâcher tant sur le trottoir que sur la route.

#### 2. MOTS CLEFS

transport publics - accessibilité - tramway - tourisme - planification

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Littoral belge, BELGIQUE

De La Panne à Knokke, le tram côtier relie toutes les stations balnéaires et villes côtières sur un tronçon à double voie de 70 km. Il combine un service de type urbain avec des arrêts fréquents en ville et un service de type métro léger à plus grande vitesse entre les villes. L'exploitation actuelle est le résultat d'une réévaluation conceptuelle d'un produit, qui a débuté à la fin des années 80 et évolué sans cesse depuis.

#### 4. OBJECTIFS

Insuffler une dynamique nouvelle dans une ligne de transports publics ayant vu le jour sous les auspices de la Société Nationale des Chemins de Fer Vicinaux -SNCV-. L'idée à la base de l'expérience est celle-ci : le tram côtier doit desservir deux groupes-cibles simultanément : les uns nécessitant une 'mobilité fonctionnelle' et les autres, une 'mobilité d'exploration'.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Une enquête préalable a montré que les utilisateurs du tram côtier avaient 2 demandes : une demande pour la mobilité fonctionnelle et une pour la mobilité d'exploration. Le tram côtier cherche, avec un seul service, à apporter des réponses aux deux groupes d'utilisateurs. Ceux disposent d'un éventail de titres de transport : tickets intégrés ; tarifs transparents ; tickets combinés avec les attractions touristiques.

#### 6. COMMUNICATION

Le tram côtier a sa propre campagne de communication, axée sur les aspects particuliers 'fonctionnalité' et 'exploration'. Une action spécifique pour le tram côtier est organisée en été en collaboration avec le secteur privé (surtout les attractions touristiques).

Information parue dans « Transport Public International 6/2000 : Transport public intégré et offre diversifiée dans un contexte régional ou local », p. 23-24.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Stimuler les touristes, comme les résidents de la côte, à utiliser les transports publics et un peu moins la voiture privée. Cette action est stimulée par des initiatives des villes (parkings chers ; infrastructure routière changée en faveur du tram côtier et des transports publics d'une façon générale).

#### 8. RESSOURCES

Subsides et sponsoring du secteur privé.

Formation du personnel du transport et du tourisme.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

L'exploitation actuelle est le résultat d'une réévaluation conceptuelle d'un produit, qui a débuté à la fin des années 80 et évolué sans cesse depuis. Le tram côtier dessert deux groupes-cibles simultanément : les uns nécessitant une « mobilité fonctionnelle » et les autres, une « mobilité d'exploration » ; les aspects produit, prix et communication ont été étudiés séparément pour chacun des ces groupes.

Le projet de réévaluation du tram côtier a servi de modèle à la diversification régionale des produits et à l'approche du marketing de De Lijn (communication externe et de promotion, coopération avec des partenaires et des organisateurs de manifestations, ciblage de groupes, responsabilité budgétaire et procédures à suivre).

La formule offrant gratuitement un circuit complet sur le tram côtier aux 65 ans et plus a rencontré un énorme succès.

## 10. CONTACTS

nom / titre : Luc de Man, Directeur De Lijn Flandre occidentale  
Hugo Van Wesemael, Directeur Général De Lijn Belgique

institution / entreprise : De Lijn W.-Vlaanderen

web site : [www.delijn.be](http://www.delijn.be)

e-mail : [wvl@delijn.be](mailto:wvl@delijn.be)

tél. : +32.59.56.52.11

fax : +32.59.56.52.12

adresse : Nieuwpoortsesteenweg 110 - 8400 Oostende - BELGIQUE

### 3.5.19 (B) - Le bus rural à la demande

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Cinq services de bus à la demande couvrent une superficie de 728 km<sup>2</sup> comptant 83.430 habitants ; ils desservent des arrêts suivant une route appropriée planifiée par le conducteur selon la demande des clients. Le bus à la demande est lié à un horaire fixe, reliant les services réguliers à partir de plusieurs pôles d'échange, les clients téléphonent 3 heures à l'avance et peuvent réserver leur retour immédiatement.

Le bus à la demande est un système complètement intégré avec les tarifs et la billetterie De Lijn.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics - attentes des clients - autobus - sensibilisation - service à la demande - intégration sociale

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Westhoek (Ypres, Furnes...), Flandre occidentale, BELGIQUE

Le transport à la demande constitue la réponse de la compagnie De Lijn aux besoins d'un transport public hors affluence, dans une région où 1 ménage sur 5 ne possède pas de véhicule privé.

#### 4. OBJECTIFS

Le transport public au service de l'intégration sociale, au-delà même de la lutte contre la congestion.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

La vision de l'utilisateur est connue à ce stade par la demande qui est faite pour le service de bus.

#### 6. COMMUNICATION

La communication locale est très importante : par voie de gazettes locales, d'information et coopération avec des groupes d'action locaux de l'éducation sociale dans des organisations de jeunes ou des groupes de seniors. La sensibilisation est très importante : le public doit apprendre à « appeler » le bus.

Information parue dans « Transport Public International 6/2000 : Transport public intégré et offre diversifiée dans un contexte régional ou local », p. 23

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Offrir une mobilité souple au plus grand nombre de personnes en évitant que la voiture privée ne devienne la seule réponse possible.

#### 8. RESSOURCES

Le bus à la demande est un service « haute qualité », sur mesure mais la couverture des coûts est généralement basse, environ 15% dans le cas du Westhoek. La couverture serait encore plus basse si le service était assuré par des bus réguliers. Si les autorités veulent intervenir dans le financement, le bus à la demande est une alternative tout à fait viable dans les régions à faible densité de population. Associés au transport par taxis collectifs, destinés à un marché encore plus limité, les bus cadrent parfaitement avec le plan de mobilité essentielle que De Lijn est en train de mettre en œuvre.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

La coopération avec les autorités locales est indispensable.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Luc de Man, Directeur De Lijn Flandre occidentale  
Hugo Van Wesemael, Directeur Général De Lijn Belgique

institution / entreprise : De Lijn W.-Vlaanderen

web site : [www.delijn.be](http://www.delijn.be)

e-mail : [wvl@delijn.be](mailto:wvl@delijn.be)

tél. : +32.59.56.52.11

fax : +32.59.56.52.12

adresse : Nieuwpoortsesteenweg 110 - 8400 Oostende - BELGIQUE

### 3.5.20 (F) - La ligne d'été

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Ligne régulière qui, de début juin à fin septembre, se transforme en « ligne d'été » pour relier les points de départ des circuits VTT, en aménageant sensiblement l'intérieur des véhicules avec une quinzaine de racks VTT qui remplacent un petit nombre de sièges situés à l'arrière du bus. La « ligne d'été » est accessible moyennant un double titre de transport, l'un pour le passager, l'autre pour le vélo.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus – VTT - temps

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Anancy, FRANCE

#### 4. OBJECTIFS

- Offrir un service nouveau et attractif qui maintient l'activité en période « creuse ».
- Répondre à la chute de fréquentation de la ligne 91, constatée depuis 1988 et maintenir une activité commerciale qui baisse en été de par la diminution du nombre de scolaires transportés.
- Accentuer la vocation touristique de la ville en proposant un nouveau produit de transport

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

AUCUN RESULTAT D'ENQUETE SPECIFIQUEMENT ORIENTEE CLIENTELE N'EST COMMUNIQUE.

#### 6. COMMUNICATION

Information donnée par « Les nouveaux services » publié par le GART et l'ADEME, 2000, p. 20 – [www.gart.org](http://www.gart.org). Les autres vecteurs de communication ne sont pas connus.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une utilisation des transports publics en période creuse, ciblée sur des besoins saisonniers et un public différent (composé pour moitié de touristes) de celui qui forme le noyau de clientèle du bus entre septembre et juin.

#### 8. RESSOURCES

La transformation de la ligne 91 représente un coût d'exploitation de € 15245 et des frais de communication s'élevant à environ € 1525 pour un nombre de déplacements supérieur à ce qu'il était avant l'existence de ce projet saisonnier.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

On note une fréquentation de 50 à 150 personnes et de 5 à 35 VTT par jour, avec une clientèle composée pour moitié d'Annéciens et pour moitié de touristes.

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Société Intercommunale des Bus de la Région Annécienne (SIBRA)

web site : <http://>

e-mail : [sibra@nwc.fr](mailto:sibra@nwc.fr)

tél. : +33.(0)4.50.10.04.00

fax : +33.(0)4.50.10.04.19

adresse : 66, chemin de la Prairie – 74003 Annecy - FRANCE

### 3.5.21 (UK) – PRESTIGE, système de perception tarifaire utilisant la technologie « sans contact »

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE



The new Queuebuster machine

PRESTIGE est un nouveau système de distribution et de validation de titres de transport, intégré pour les bus et métro de Londres et destiné à les rendre plus conviviaux :

- pour les clients qui veulent acheter/utiliser les tickets,
- pour le personnel qui peut ainsi offrir un meilleur service de billetterie.

PRESTIGE constitue aussi un ensemble de projets destinés à moderniser l'infrastructure de billetterie sur tout le réseau de métro et de bus de Londres : 6 000 bus, 273 stations, 2 300 petits magasins (quelque 16 000 lecteurs de carte intelligente).

London Underground a équipé ses stations de portiques d'accès et/ou d'oblitérateurs spécifiques ; tous ont la même apparence et présentent un logo là où la carte doit être placée. Des distributeurs automatiques de billets offrant le choix d'utiliser la carte bancaire ou de crédit, des menus à écran tactile et des écrans d'aide et d'instructions en plusieurs langues ont été installés sur l'ensemble du réseau. Tous les guichets offrent le plus grand choix de méthodes de paiement. Tous les bus opérés par un seul agent de London Bus ont été munis de nouveaux distributeurs de billets. Tous les dépôts ont été équipés de terminaux permettant de télécharger les données des différents bus.

La carte sans contact remplacera la carte à bande magnétique existante pour la majorité des titres de transport. Les passagers pourront ainsi franchir les systèmes sans devoir retirer la carte de leur portefeuille et l'insérer dans un oblitérateur ; c'est le passage à proximité d'une borne qui activera la puce.

La carte intelligente a la taille d'une carte de crédit, elle se compose d'une antenne radio et d'une puce électronique qui peut, en toute sécurité, stocker et utiliser beaucoup plus d'information qu'une carte à piste magnétique. Elle peut être rechargée lorsque sa valeur monétaire est proche de zéro.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus – métro – TIC - carte à puce – technologie sans contact - billetterie - intermodalité – accessibilité – sécurité – fraude – pass – aménagement – borne interactive

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Londres, GRANDE-BRETAGNE

Les responsables de PRESTIGE négocient avec d'autres exploitants de transport public une intégration tarifaire pour tous les modes de transport. Elle pourrait comprendre les exploitants de trains, le Docklands Light Railway et le Tramlink. Les cartes intelligentes seront disponibles en automne 2002. On estime à 3 millions le nombre de cartes qui seront distribuées durant les 12 premiers mois de leur mise en circulation (la clientèle est énorme : 927 millions de voyages en métro par an, 1 296 millions de voyages en bus par an et 6,6 millions de voyages par jour).

#### 4. OBJECTIFS

PRESTIGE veut rendre la vie plus facile aux clients de Transport for London –TfL– (clients quotidiens et occasionnels, personnes valides et PMR, adultes et jeunes...) lorsqu'ils veulent payer et utiliser le transport public. Des infrastructures de billetterie modernes, supportées par des systèmes de perception associés, sont essentielles pour faire en sorte que le transport devienne pour les clients de TfL une expérience réussie. La carte sans contact se substituera aux titres de transport existants comme les cartes d'un jour, les billets à tarif préférentiel, qui resteront des produits de billetterie primaires.

Au-delà de 2002, Prestige continuera de créer des opportunités pour :

- introduire de nouveaux produits de billetterie ;
- développer des relations/partenariats avec des tierces parties ;
- intégrer d'autres services de transport ;
- maximaliser la pénétration géographique et commerciale.

A plus long terme, Prestige pourrait proposer des services complémentaires :

- l'accès aux infrastructures publiques et services locaux, tels que bibliothèques, centres de loisirs et de formation ;
- le porte-monnaie électronique qui permettra de faire les courses sans son porte-feuille.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Les études de marché révèlent que les passagers payant en espèces aiment l'idée d'une carte qui décompte le montant du trajet, un peu comme la carte de téléphone largement utilisée ou encore le téléphone mobile à carte qui décompte le montant de chaque appel. Les cartes intelligentes offrent une réelle flexibilité, et des réductions pourraient être appliquées en fonction du jour de la semaine, de l'heure de la journée ou du nombre de voyages effectués, pour encourager l'utilisation de services particuliers et la réutilisation de la carte, en accordant gratuitement une valeur supplémentaire au moment du rechargement de la carte (par exemple, une valeur de 6 livres sterling pour chaque montant de £5 ajouté à la carte).

#### 6. COMMUNICATION

Site web de Transport for London <http://www.transportforlondon.gov.uk> et différentes publications, telles que « Prestige, une voie intelligente pour Londres ? » Transport Public International, février 2001 – UITP database « Titres de transports intelligents : la carte à puce », par Christophe Schoune, Le Soir, 22 mai 2001.

## 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Avantages pour l'entreprise et ses clients :

- une réduction des coûts liés aux enquêtes ;
- une direction mieux informée pour mieux comprendre le client, reconnaître plus vite l'amélioration du niveau de service pour les exploitants de bus et sous-traiter plus efficacement les services de bus ;
- une billetterie innovante comme la carte prépayée (alternative facile pour les passagers qui paient actuellement en espèces, bien que cette option restera disponible) ;
- une tarification différenciée selon les heures du jour, par exemple ;
- la réduction de la fraude : d'une part, les mots de passe et les méthodes "d'encryptage" (manière de brouiller les informations) contribuent à empêcher la contrefaçon et les pratiques frauduleuses, de l'autre, en cas de perte ou de vol, un poste de commande central peut immédiatement empêcher toute utilisation future de la carte.

En outre, PRESTIGE contribue au développement de normes nationales et internationales pour les cartes intelligentes dans des applications liées au transport. On peut citer en exemple le projet TRIANGLE : billetterie commune aux réseaux de Bruxelles, Paris et Londres, dès 2002 (pour la RATP qui a développé la technologie et est en la matière l'opérateur le plus avancé). Le client préchargera depuis n'importe quel terminal, ou depuis son domicile, le nombre de voyages désiré sur sa carte bancaire à puce intégrée et ne devra plus introduire de titre de transport dans un appareil mais présenter simplement sa carte à un lecteur. Le système se dédoublera de nouveaux modes de fidélisation afin de récompenser les bons usagers, un peu à l'image des compagnies aériennes, voire des cartes à points des grandes surfaces (Cfr. fiche CALYPSO 3.7.4).

## 8. RESSOURCES

Un contrat a été octroyé au consortium TransSys le 13 août et a pris cours le dimanche 16 août 1998. TransSys est une compagnie anglaise qui a été établie pour développer et fournir les services PRESTIGE pour le compte de TfL. Elle comprend quatre actionnaires majoritaires : Electronic Data Systems Ltd, Cubic Corporation, International Computers Ltd (ICL) et WS Atkins. L'investissement de TransSys pour développer le nouveau système s'élève à £150 millions. Le transfert de risques inhérent à cette initiative de financement privé signifie que le choix de la meilleure solution est du ressort de TransSys, le sous-traitant de PRESTIGE. TransSys est également responsable de la conception, de l'élaboration, de l'application, de la maintenance et la prestation de services ainsi que de la mise au point des arrangements financiers nécessaires à la réalisation de PRESTIGE et du risque d'assurer que le titre de transport choisi corresponde aux normes de performance requises. Le contrat, basé sur le service, comprend le transfert du personnel de Transport for London vers TransSys ; le transfert vers TransSys et le régime des paiements est basé sur un système de primes liées aux objectifs à atteindre par TransSys. Une autre caractéristique précise que TfL n'intervient pas dans la procédure d'approbation des éléments du projet. En échange, un régime d'assurance a été mis en place, dans lequel TransSys garantit à TfL que l'équipement sera approprié. Si les objectifs de performance ne sont pas atteints, TfL peut suspendre les paiements.

## 9. LEÇONS À RETENIR

En 1995 un appel a été communiqué dans le Journal Officiel des Communautés Européennes, invitant à une manifestation d'intérêt des fournisseurs potentiels. Trente-huit sociétés y ont répondu. Il fut fait état que seule la technologie de la carte sans contact pourrait répondre aux exigences de London Transport, bien que le système de carte à piste magnétique était également envisagé, tout au moins à court terme. London Buses a alors décidé de tester la technologie "carte sans contact" dans le quartier de Harrow, au nord ouest de Londres, pour évaluer les bénéfices d'un tel système tant pour le passager que pour l'opérateur.

## 10. CONTACTS

nom / titre : Mrs. Grizelda HAFTER, Marketing Communications Manager

institution / entreprise : Transport for London (TfL)

web site : <http://www.transportforlondon.gov.uk>

e-mail :

tél. : +44.(0)20 7941 4500

fax : +44.(0)

adresse : Windsor House - 42-50 Victoria Street – London SW1H 0TL – GRANDE-BRETAGNE



### 3.5.22 (S) – KOM FRAM, un système d'information en temps réel pour le transport public

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

KOM FRAM est une initiative du « Traffic and Public Transport Committee » de la Ville de Göteborg.  
Le principe de KOM FRAM est de savoir à tout moment où se trouve tel ou tel véhicule, et de prévoir, de façon extrêmement précise, où il se trouvera à un moment donné. Une base de données commune rassemble toutes les informations disponibles et peut à chaque instant transmettre tout renseignement utile aux automobilistes, aux passagers, aux gestionnaires du parc et au service de gestion du trafic.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus – tramway - temps réel – affichage dynamique – information – priorité – automobiliste – trafic – TIC - gestion

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Göteborg, SUEDE - 1996

#### 4. OBJECTIFS

Planifier, évaluer et contrôler le flux des véhicules, leur position, le nombre de passagers et le budget, rapidement et avec une grande précision.

KOM FRAM octroie également la priorité aux bus et trams dans les rues de Göteborg.

KOM FRAM engrange de l'information prévisionnelle sur les heures de départs à chaque point d'accès et sur les éventuelles ruptures de service et leurs causes ; info transmise à bord, aux points d'accès, via displays électroniques et haut-parleurs et sur Internet.

KOM FRAM permet enfin d'établir des statistiques de trafic et fournit de l'information au projet GoTIC (the Gothenburg Traffic Control and Information Centre), organe opérationnel de recherche et d'expérimentations de terrain destiné à fournir des orientations et de l'information à tous les clients des transports publics, aux automobilistes et autres usagers de la route.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

L'utilisateur apprécie de savoir où se trouve le bus qu'il attend et de suivre sur un écran sa position en temps réel. Il apprécie aussi de pouvoir être en quelque sorte « partie prenante » aux décisions, par les informations que lui-même réfère au GoTIC.

#### 6. COMMUNICATION

Les pages Internet sur le système KOM FRAM se trouvent à l'adresse [www.trafikkontoret.goteborg.se](http://www.trafikkontoret.goteborg.se). Une information détaillée sur ce système est présentée dans « Some examples from Sweden – Public Transport International 1/1998 » - UITP database.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

La gestion du trafic routier est capitale lorsque des bouchons se forment avec une fréquence de plus en plus serrée. Une information en temps réel et détaillée devient essentielle. Le GoTIC (Gothenburg Traffic Control and Information Centre) utilise les technologies de pointe pour que les usagers de la route, qu'ils soient privés ou qu'ils se déplacent dans un cadre professionnel, pour que les médias et les autorités puissent disposer de la meilleure information, constamment actualisée, et agir en conséquence. La même information est aussi publiée sur Internet et consultable par tous.

#### 8. RESSOURCES

Pas d'information précise à ce sujet.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Le GoTIC est autant sollicité pour répondre aux questions du public qu'il est joint par l'utilisateur désireux de transmettre commentaires et idées d'amélioration d'une situation X qu'il a vécue.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Jonas JOHANSSON, Director General  
Mr Jan-Olof BERNDTSSON, Manager, Traffic Control Policy

institution / entreprise : Traffic and Public Transport Authority

web site : <http://www.trafikkontoret.goteborg.se> ou <http://www.ils.nrw.de/netz/leda/database/cities>

e-mail : [jonas.johansson@trafikkontoret.goteborg.se](mailto:jonas.johansson@trafikkontoret.goteborg.se)

tél. : +46.31.61.16.48

fax : +46.31.13.88.86

adresse : Box 2403, SE 403 16 Göteborg- SUÈDE





### 3.5.23 (CH) – Le CALL CENTER HANDICAP et autres services aux personnes handicapées

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Tous les trains longue distance suisses accueillent les personnes handicapées. Sur simple appel au central téléphonique, une heure avant leur déplacement, elles peuvent obtenir une aide sur 161 gares suisses. Le central est accessible chaque jour entre 6 et 22 heures par un numéro gratuit, le 0800 007 102, par fax au 0512 2570 90 ou encore par e-mail. L'annonce du voyage au Call Center est indispensable pour que les agents de l'aide mobilité, qui sont spécialement formés à cette tâche, informent les agents des gares concernés par téléphone de la nécessité de fournir une aide.



Le fauteuil roulant idéal pour voyager ne doit pas dépasser les dimensions maximales dictées par la norme ISO : largeur 70 cm, longueur 120 cm, hauteur 109 cm. Le chargement et le déchargement des fauteuils roulants se limite en Suisse à env. 150 gares avec mobilifts. En principe, c'est faisable à peu près dans/de tous les trains directs. Dans quelques gares, il faut tenir compte de certaines restrictions (heures faibles, lignes avec exploitation sans contrôleur). En règle générale, il est demandé au voyageur de se présenter près du mobilift sur le quai de départ 10 minutes avant le départ du train. Une réservation de place en trafic suisse n'est pas nécessaire et d'ailleurs impossible pour des voyageurs isolés. Pour des voyages à l'étranger la réservation des places est recommandée, voire obligatoire pour les TGV. Elle doit être faite au moins 3 jours ouvrables avant le déplacement souhaité.

Dans les grandes gares, des collaboratrices de l'aide en gare prêtent aussi assistance aux non-voyants. L'aide en gare est un service de la société COMPAGNA, une société d'utilité publique, politiquement et religieusement indépendante, pour l'aide aux jeunes, aux personnes handicapées et/ou âgées et personnes ayant besoin de conseils.

Des marquages au sol et d'autres moyens d'information améliorent l'orientation : marquage du début et de la fin d'un escalier en blanc, lignes blanches parallèles peintes aux bords des quais qui permettent de reconnaître la zone de sécurité de chaque quai. Des plaquettes métalliques avec indications en braille et en alphabet classique en relief, apposées en bout de quai, à l'extérieur et à l'intérieur des ascenseurs, à la main courante de tous les escaliers d'accès et de sortie ainsi qu'aux colonnes de signalisation devant chaque escalier roulant, permettent de reconnaître au toucher le numéro de la voie, le secteur de quai et la partie de la gare. Dans les nouvelles gares souterraines tous les quais comportent de nombreux contrastes tactiles et optiques. Devant chaque escalier roulant est placée une colonne de signalisation. En touchant la lampe allumée, rouge ou verte, il est possible par la chaleur de la lampe, de savoir dans quel sens l'escalier roulant marche. Pour trouver l'accès aux escaliers trois bandes métalliques en relief traversent le sol du quai.

Une personne aveugle ou malvoyante possédant une carte de légitimation pour voyageurs handicapés suisses (obtenue sur simple remise aux autorités cantonales compétentes d'un certificat médical avec photo) a la possibilité de voyager avec un accompagnant ou un chien-guide sans perception supplémentaire de prix.

Pour les voyageurs handicapés de l'ouïe, des panneaux modernes d'information et des moniteurs indiquent les heures de départ et les numéros des voies. Des écrans informent sur la situation actuelle de la circulation des trains. Les porteurs d'appareils auditifs permettent des amplificateurs inductifs, qui sont placés au guichets reconnaissables au pictogramme spéciale, une écoute directe sur la position "T" de l'appareil.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – rail – PMR – personnes âgées – accompagnement

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

SUISSE

#### 4. OBJECTIFS

Faciliter le handling des personnes à mobilité réduite –PMR– et leur permettre de voyager sur l'ensemble du réseau dans des conditions similaires aux personnes valides.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le passager invalide ou en difficulté bénéficie, sur les lignes ferroviaires suisses, d'une chaîne de transport de porte-à-porte. A quelques exceptions près tous les trains directs du réseau à voie normale en Suisse conduisent des voitures avec compartiment pour fauteuil roulant en 2<sup>ème</sup> classe. Le voyageur peut être pris en charge dans la plupart des 150 gares d'appui avec le service de transport handicap.

La prestation « Accompagnement en voyage » de COMPAGNA s'adresse aux personnes ayant besoin d'aide lorsqu'elles voyagent avec les transports publics. Personnes âgées, personnes handicapées, enfants... Des personnes de confiance les prennent en charge au lieu de leur départ et les accompagnent dans les transports publics jusqu'à leur destination. Une centrale d'appel informe et prend les réservations des personnes demandeuses de ce service spécifique.

En collaboration avec Pro Filia, le service COMPAGNA d'aide en gare propose gratuitement:

- l'assistance aux voyageurs en difficulté ou ayant besoin d'aide ;
- un soutien pour monter dans le train, en descendre ou en changer (avec chaises roulantes à disposition) ;
- des conseils et informations ;
- des salles d'accueil avec téléphone et fax et des locaux sanitaires.

La plupart des cantons ont ouvert une ligne téléphonique d'information propre.

## 6. COMMUNICATION

Il existe une brochure « Informations pour les voyageurs handicapés », distribuée aux agents de gare et dans les trains. Les aides en gare COMPAGNA se trouvent dans toutes les grandes gares de Suisse, facilement reconnaissables à leur brassard et à leur foulard rouge-blanc-jaune.

## 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Développer l'utilisation des transports publics interurbains pour l'ensemble des personnes, indépendamment de leur condition de personnes valides ou invalides.

## 8. RESSOURCES

Aucune information précise à ce sujet.

## 9. LEÇONS À RETENIR

Pas de leçon particulière à retenir.

## 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Call Center Handicap / Chemins de Fer Fédéraux suisses – CFF-

web site : <http://www.cff.ch>

e-mail : [mobil@sbb.ch](mailto:mobil@sbb.ch)

tél. : 0800 007 102

fax : +41.512.25.82.80

adresse : Bahnhofplatz 1 - 3900 Brig - SUISSE

nom / titre:

organisation : COMPAGNA Reisebegleitung

web site : <http://www.compagna.ch>

e-mail : [compagnareisebegleitung@bluewin.ch](mailto:compagnareisebegleitung@bluewin.ch)

tél. : +41.(0)71.220.16.07 (réservations et informations)

fax : +41.(0)71.220.16.09

adresse : Eschenstraße 1 - 9000 St. Gallen - SUISSE

### 3.5.24 (S) – FLEXLINE, le service de bus en porte-à-porte

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Système de transport adapté aux personnes âgées (65 ans et plus) et/ou à mobilité réduite, à mi-chemin entre le taxi et le transport public : réservation de son trajet, minimum 15 minutes avant le départ et jusqu'à deux semaines à l'avance, par téléphone auprès d'une centrale ou de façon automatique par encodage ou via une carte magnétique lisible par des bornes installées dans une série de magasins ou en des lieux centraux ; un accompagnant « nécessaire » ne doit pas payer le trajet. Les « meeting points » (arrêts) ne sont jamais plus éloignés que de 150 m du domicile des clients, les invalides lourds peuvent être pris en charge directement chez eux.



En cas de perturbation du service entraînant un changement d'horaire de plus de 10 minutes, la centrale (Travel Service) avertit le client. Aucun trajet global n'excède 55 minutes, le nombre de stops et de clients pris à bord étant estimé à cette fin. Ils quittent les terminus toutes les trente minutes. L'assistance bagages n'est pas prévue. Le service fonctionne du lundi au vendredi, de 9h à 17h, avec 8 bus à plancher bas à l'intérieur lesquels 10 chaises roulantes peuvent prendre place.

Le service FLEXLINE est en progression constante, l'objectif est de constituer une flotte de 35 à 40 minibus (pour 12 à 14 passagers).

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus - PMR – handicapé lourd - personnes âgées – accessibilité – service à la demande – sécurité – confort – taxi collectif – carte magnétique – borne interactive – réservation - TIC

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

District de Högbo, Göteborg, SUÈDE

La solitude et l'isolement sont des questions importantes dans les sociétés occidentales vieillissantes. La Suède, en tête de peloton avec un nombre élevé de foyers d'une seule personne chez la population de retraités, a une longue tradition du soutien à l'indépendance des personnes dans la tranche d'âge 75 ans et plus. Celles-ci coûtent très cher en soins à domicile. Un effort considérable a été fait pour développer des formes efficaces de Services de Transport Spécialisés (par exemple, le Fare-Service), ainsi que des systèmes TIC associés dans le but de réduire les frais de tels services.

Ainsi la Ville de Göteborg a investi, en 1992, en PLANET, un système avancé de réservation et de planning pour les déplacements partagés en taxi et véhicules spécialisés de Fare-Service. Le résultat presque immédiat était une réduction des coûts d'environ 35 %, mais malgré cela, le Fare-Service coûte aux contribuables environ € 5 millions par an. Par conséquent, un nouveau concept de déplacement, la Flexline, a été testé dans le cadre d'un projet européen SAMPO/SAMPLUS en 1995-1999 (Westerlund, 2000). Il s'agit d'un système hybride, entre le Fare-Service et un service traditionnel d'itinéraires avec horaires. La FLEXLINE fut introduite à l'automne 1996, dans le quartier de Högbo, où presque un tiers des 16.000 résidents sont des personnes âgées, et où 8% ont un permis de Fare-Service, qui leur a été accordé uniquement pour des raisons médicales.

#### 4. OBJECTIFS

En ouvrant une ligne reliant les quartiers résidentiels à la zone commerciale la plus proche ou à une correspondance avec les lignes régulières, FLEXLINE a développé une offre complémentaire de service de transport public pour les personnes âgées et/ou invalides, qui n'ont pas encore droit au Service de Transport Spécial (STS, taxis collectifs) mais éprouvent cependant des difficultés à se déplacer.

Les objectifs sont d'accroître la mobilité de ces personnes, à un coût raisonnable et de réduire la part d'utilisateurs du service de transport spécial pour en diminuer les coûts de fonctionnement.

Un objectif sous-jacent était de valider de nouvelles fonctions télématiques afin de rendre le service plus efficace encore.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

La Flexline : que signifie-t-elle pour vous ?

RIEN DE PARTICULIER

PLUS DE MOBILITE ET UNE VIE PLUS ACTIVE

SENTIMENT DE BIEN-ETRE

- Frais de déplacement réduits
- Plus facile de faire mes courses
- Plus facile d'aller au resto
- Meilleur accès aux services médicaux
- Nouveaux amis



[Source : projet SAMPLUS, l'Université de Lund, Ståhl (1999)]

Avant la FLEXLINE :

Proposer un service de transport porte-à-porte sur réservation seulement 15 minutes à l'avance coûte cher et les budgets ne sont pas extensibles. Et si près de 25000 personnes (5% de la population de Göteborg) bénéficiaient d'une carte d'accès au service de transport spécial (pour PMR), une grande partie de la population âgée et/ou invalide rencontrait des problèmes de mobilité (distances trop grandes et terrain escarpé).

Depuis la FLEXLINE :

Un tiers des utilisateurs reconnaissent que leur mobilité est améliorée et leur vie plus active. Il n'est pas facile de quantifier ces bénéfices en termes de réduction des coûts de soins à domicile et de soins de santé. Si nous considérons la

FLEXLINE comme une mesure préventive dans les soins des personnes âgées, il suffit de faire des économies de 0,5 % des coûts des soins pour récupérer les frais d'exploitation de la FLEXLINE.

## 6. COMMUNICATION

- site du projet de recherche européen SAMPLUS traitant des systèmes et services de transport adapté [www.europrojects.ie/samplusmainweb](http://www.europrojects.ie/samplusmainweb) dans lequel s'est inscrite la ville de Göteborg pour développer FLEXLINE
- « Some examples from Sweden – Public Transport International 1/1998 » – UITP database
- « Flexline Service Routes in Gothenburg » – KFB (Kommunikations Forsknings Beredningen) – Transport Telematics Samplus
- Les bénéfices sociaux de la FLEXLINE, une mise en place réussie d'un service de mobilité de pointe pour les personnes âgées, à Göteborg, Suède (exposé, pour la conférence Les Villes de Demain (Cities of Tomorrow), à Göteborg, les 23 & 24 août 2001)

## 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une diminution des coûts du Service de Transport Spécial (STS), en réduisant parallèlement le nombre de ses utilisateurs, dont une part importante peut désormais bénéficier du service FLEXLINE.

Le marché potentiel pour ce concept et la technologie associée est très prometteur dans une société où le nombre de personnes âgées va sans cesse croissant. En outre, il pourrait même être élargi à d'autres types de transport flexible ou pour d'autres catégories d'usagers (par exemple, service de limousine). Une des suites de l'implication dans le projet SAMPLUS est le développement actuel, en Suède, d'une nouvelle génération de véhicule totalement accessibles au public moins valide. Une mise en place à grande échelle se fait actuellement pour fournir des services FLEXLINE dans la plupart des quartiers de la ville dans les cinq années à venir. Une approche similaire a été développée à Helsingborg.

## 8. RESSOURCES

Deux tiers des utilisateurs du Service de Transport Spécial déclare préférer FLEXLINE au service de taxi collectif (STS), lequel a réduit ses coûts de 70% ; les économies ainsi réalisées permettent de couvrir la moitié des coûts opérationnels de FLEXLINE, la vente de titres de transport intervient pour ¼ et le dernier quart représente la participation de la ville pour accroître la mobilité et les possibilités des personnes handicapées ; la santé publique et les soins à domicile y trouvent également leur compte de par le fait que les seniors et personnes moins valides poursuivent ou développent une vie active.

Partenaires suédois du projet de recherche européen SAMPO/SAMPLUS dans lequel s'insère FLEXLINE:

- la Ville de Göteborg (autorité responsable du STS) ;
- le LogistikCentrum Väst AB (concept et management) ;
- l'Université de Lund, Département de Technologie et de Société (évaluation) ;
- PLANit Sweden AB (développement de la technologie (pour SAMPO uniquement)) ;
- Telia Publicom AB (IVR telematics in SAMPO).

## 9. LEÇONS À RETENIR

L'évaluation du concept et de la technologie qui lui est liée a mis en exergue les points clefs suivants :

- taux de satisfaction exceptionnellement haut pour ce qui concerne l'accueil offert par les conducteurs, qui confère au service FLEXLINE une atmosphère de type « club » et pour le concept en lui-même (9.7 points sur une échelle qui en compte 10) ;
- la clientèle est en progression constante et approche un total de 5000 passagers par mois à Högsbo, soit une moyenne de 7 passagers/véhicule/heure ;
- transfert de clientèle des STS vers la FLEXLINE, parallèlement à une captation de clientèle nouvelle (chute de 1500 à 700 utilisateurs des STS pour une augmentation de 1400 clients FLEXLINE chaque mois). L'afflux des demandes a également permis d'élargir le service et d'offrir au public âgé et/ou invalide un tissu de lignes sans cesse accru.
- le taux d'acceptation de la télématique est remarquablement élevé pour un public dont la moyenne d'âge tourne autour de 77 ans (8.8 points sur 10) ; beaucoup de personnes âgées arrivaient à bien manier la technologie automatique de réservation avec lecteurs de carte et un système interactif de Reconnaissance Vocale.

## 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Bengt KNUTSSON, leader du projet

institution / entreprise : Göteborgs Stad Färdtjänsten

web site : <http://www.europrojects.ie/samplusmainweb>

e-mail : [bengt.knutsson@fardtjansten.goteborg.se](mailto:bengt.knutsson@fardtjansten.goteborg.se)

tél. : +46.31.41.95.10 / +46.705-205020

fax : +46.

adresse : Taljegårdsgatan 11 A - 431 53 Mölndal - SUEDE

### 3.5.25 (B) - La carte « accompagnateur gratuit »

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Si quelqu'un ne peut voyager seul, suite à la perte définitive de l'usage de ses membres inférieurs ou supérieurs, la Société Nationale des Chemins de Fer Belges –SNCB- permet, aux porteurs de la carte « accompagnateur gratuit » de voyager avec une autre personne sur base d'un seul titre de transport. La personne handicapée doit être en possession d'un titre de transport de 1° ou 2° classe et l'accompagnateur de son choix voyage gratuitement dans la même classe, sur le même parcours.

Cette carte est délivrée aux personnes qui ne peuvent voyager seules pour une des raisons suivantes :

- une réduction d'autonomie d'au moins 12 points selon le guide pour l'évaluation du degré d'autonomie,
- une invalidité ou incapacité de travail permanente d'au moins 80%,
- une invalidité permanente découlant directement des membres inférieurs et occasionnant un taux d'invalidité d'au moins 50%,
- une paralysie entière ou l'amputation des membres supérieurs.

Elle peut être obtenue sur simple demande adressée dans la gare de son choix ou par écrit auprès du bureau national SNCB, contre paiement d'une somme de 2,48 € et la remise d'une photo d'identité récente.

Pour ne pas avoir à subir d'éventuelle files d'attente aux guichets, le détenteur de la carte peut acquérir son titre de transport directement à bord du train, sans frais supplémentaires.

La carte est valable sur tout le réseau SNCB et également sur les lignes des compagnies de bus régionales De Lijn et TEC. Moyennant paiement, elle donne accès aux services spéciaux du « Minibus » de la STIB.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train – autobus - PMR – handicapé lourd – gratuit – accompagnement – accessibilité - intermodalité

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

BELGIQUE

#### 4. OBJECTIFS

Permettre aux invalides lourds de se déplacer avec le réseau de transports publics (trains et bus) en leur offrant, sans majoration de prix, la possibilité de se faire accompagner d'une personne de leur choix pour les y aider.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Aucune enquête consommateur ne s'est focalisée sur cette population et cette utilisation spécifiques.

#### 6. COMMUNICATION

Information extraite du « Guide de la personne handicapée », Ministère des Affaires sociales, de la Santé publique et de l'Environnement – Service de la politique des handicapés, 1999, sur [www.socialsecurity.fgov.be/guide](http://www.socialsecurity.fgov.be/guide)

La SNCB a elle aussi édité, en 2000, un « Guide du voyageur à mobilité réduite » qui détaille les caractéristiques de ce service.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Le respect de la liberté d'aller et venir de toutes les personnes, quelle que soit leur condition physique, doit permettre de valoriser les transports publics, et l'intermodalité train/bus, aux yeux de tous. Par la captation d'une clientèle a priori plus encline à utiliser un véhicule personnel (lorsqu'elle le peut), les conséquences de cette initiative se traduiront à moyen terme en augmentation de clientèle pour tous les réseaux de transports publics. A plus longue échéance, la tolérance ainsi soulignée par ces derniers peut agir sur le comportement des usagers et accroître le sentiment de sécurité et de confort du voyage collectif, au bénéfice du plus grand nombre.

#### 8. RESSOURCES

Les renseignements n'ont pu être obtenus.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Le principe de l'intermodalité suppose l'entente de différents opérateurs. L'accessibilité maximale voulue par cette initiative demande aussi des mesures d'accompagnement visant, par exemple, les infrastructures des stations, l'aménagement de l'intérieur des véhicules...

#### 10. CONTACTS

nom / titre : M. Daniel TRESEGNIE

institution / entreprise : Ministère des Affaires sociales, de la Santé publique et de l'Environnement

web site : <http://www.socialsecurity.fgov.be/guide>

e-mail : [daniel.tresegnie@minsoc.fed.be](mailto:daniel.tresegnie@minsoc.fed.be)

tél. : +32.(0)2.2.509.82.94

fax : +32.(0)2.509.83.80

adresse : 3C, rue de la Vierge Noire – 1000 Bruxelles - BELGIQUE



### 3.5.26 (F) - La carte « Solidarité Transports »

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Création d'une carte de transports pour les plus défavorisés, qui complète le dispositif des « chèques-mobilité » mis en place en 1998 au bénéfice de quelque 270000 demandeurs d'emploi franciliens. Ces chèques, financés par le STIF (Syndicat des Transports d'Ile-de-France), le conseil régional, les huit ASSEDIC, les départements et la ville de Paris, permettent l'achat de titres de transport, du simple ticket unique à l'abonnement hebdomadaire ou mensuel.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – métro – autobus – solidarité – faibles revenus – intégration sociale – réduction

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Ile-de-France, FRANCE

Le 12 février 2002, le Ministre de l'Équipement, des Transports et du Logement, Jean-Claude Gayssot, lance la carte « Solidarité Transports » en rappelant les engagements de la loi « Solidarité et Renouvellement Urbains » (l'article 123 prévoit que toute personne dont les revenus sont inférieurs au seuil de ressources fixé pour bénéficiaire de la Couverture Maladie Universelle Complémentaire –CMUC – puissent avoir droit à une réduction d'au moins 51% sur les titres de transports urbains). Le Ministre souhaite que le droit au transport pour les plus défavorisés puisse être mis en œuvre dans les semaines qui viennent, en Ile-de-France. La carte « Solidarité Transports » pourra être obtenue sur demande. Les bénéficiaires devront demander une attestation à leur caisse de sécurité sociale ou d'allocation familiale et ensuite se faire inscrire.

#### 4. OBJECTIFS

- Envisager les transports publics comme facteur d'intégration sociale.
- Aider une catégorie de la population, défavorisée, en l'aidant financièrement dans sa vie quotidienne.

Le STIF a décidé, le 7 décembre 2001, de créer la carte « Solidarité Transports ». Cette carte permet à ses titulaires d'acheter les carnets de billets à demi-tarif vendus par la RATP, la SNCF Ile-de-France et les entreprises de transport adhérentes à OPTILE, le réseau de bus de la grande couronne parisienne. Cette carte est valable également pour l'acquisition à l'unité de tickets à demi-tarif vendus sur les réseaux ferrés SNCF Ile-de-France et le RER RATP.

Effective en Ile-de-France dès le 1<sup>er</sup> mars 2002, cette mesure autorisera les titulaires d'une attestation annuelle établissant que leur niveau de ressources est inférieur au plafond prévu par la loi, à voyager à demi-tarif.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Les premiers bénéficiaires de cette mesure seront les 700000 Franciliens disposant de ressources très modestes. Les 3,3 millions de Français dans une situation similaire obtiendront cette réduction dans les prochains mois.



#### 6. COMMUNICATION

Une campagne d'information est lancée le 20 février 2002 dans les caisses d'assurance maladie et les centres communaux d'action sociale. afin de faciliter les démarches des intéressés un numéro de téléphone Azur, uniquement accessible depuis l'Ile-de-France, sera mis en place.

La RATP annonce le lancement de ce service à l'ensemble de ses membres affiliés à la lettre d'infos électronique CitéFutée le vendredi 29 mars 2002.

A compter du 1<sup>er</sup> mars 2002, la plate-forme téléphonique de renseignements et d'inscription est à la disposition du public au numéro AZUR 0810.712.712 (prix d'une communication locale), en vue de la délivrance de la carte dans les semaines qui suivent. Elle est ouverte du lundi au samedi, de 8h00 à 20h00 sans interruption.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

- Favoriser l'utilisation des transports publics en Ile-de-France, pour tous types de publics.
- Faire en sorte que les laissés-pour-compte de la vie professionnelle et/ou sociale ne le soient pas plus encore en étant empêchés de se déplacer pour le coût que cela représente dans un modeste budget.

#### 8. RESSOURCES

Pas de renseignement précis à ce sujet.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

La coopération entre partenaires publics est essentielle pour la réalisation d'une telle initiative.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mme Marie-France VILLEDIEU, contact presse

institution / entreprise : Syndicat des Transports d'Ile-de-France (STIF)

web site : <http://www.stif-idf.fr>

e-mail : [marie-france.villedieu@stif-idf.fr](mailto:marie-france.villedieu@stif-idf.fr)

tél. : +33.(0)1.47.53.28.76

fax : +33.(0)1.47.05.11.05

adresse : 9-11 avenue de Villars – 75007 Paris - FRANCE

### 3.5.27 (F) – Le service d'accompagnement

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Le principe du service d'accompagnement est simple : la personne qui souhaite faire une course à la banque, à la poste, à la pharmacie... se rendre chez un médecin, un coiffeur, dans le Restaurant du Cœur de Verts-Saint-Denis ou le Secours Catholique de Moissy-Cramayel passe un coup de fil à la centrale, de préférence 48 heures à l'avance. Il lui est seulement demandé de décliner son identité et d'indiquer la nature du déplacement, ainsi qu'un numéro de téléphone où elle pourra être jointe en cas de besoin. A l'heure dite, un agent d'animation et de médiation sociale de la mairie de Lieusaint vient prendre la personne à son domicile ou à un endroit choisi. Le retour s'opère de la même façon. Une participation, symbolique, pourra éventuellement être demandée en fonction de la situation du demandeur (± 1,5 €). Le service fonctionne du lundi au vendredi, de 10 à 18 heures et dispose d'une voiture de quatre places et d'un combi de neuf places.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – gratuit – solidarité – faibles revenus – intégration sociale – PMR – personnes âgées – service à la demande

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Lieusaint, Seine-et-Marne, FRANCE

Projet mis en place fin décembre 2000 par le Centre Communal d'Action Sociale..

#### 4. OBJECTIFS

La ville de Lieusaint a mis en place un service d'accompagnement destiné aux personnes à mobilité réduite. Il faut comprendre ici « mobilité réduite » comme étant la trace d'un handicap physique, un trait de l'âge avancé, un domicile isolé ou la conséquence de trop faibles revenus, soit une définition très large. Des taxis municipaux prennent en charge les personnes qui en font la demande, essentiellement pour des démarches administratives ou des courses de ménage.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Une facilité accrue de déplacement et la possibilité de continuer à vivre dans sa propre résidence, sans être coupé du monde.

#### 6. COMMUNICATION

La diffusion de l'information se fait par voie d'affiches (salle d'accueil du conseil communal, e.a.), à travers l'agenda édité chaque mois par la commune et le mensuel de l'agglomération « Media Senart ». Information initiale lue dans un article du « Parisien », « Taxis municipaux gratuits », le 12 avril 2001.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une mobilité souple (service à la demande) et conviviale (avec accompagnateur/trice) proposée à des personnes moins valides, vivant souvent seules et qui peuvent néanmoins se déplacer pour l'ensemble des tâches de la vie quotidienne (administration, services médicaux, courses...)

Ce sont principalement des personnes âgées et des femmes enceintes qui font appel au service ; de véritables relations de confiance s'établissent entre l'accompagnateur et l'accompagné et l'isolement, tant géographique que social, est rompu

#### 8. RESSOURCES

Ressources humaines :

Création d'un poste d'agent d'animation et de médiation sociale (emploi-jeune) pour

- l'accompagnement au déplacement : conduire les personnes âgées, à mobilité réduite ou en difficulté vers les services de proximité et les associations caritatives ;
- la coordination d'activités en vue de créer du lien social ;
- la mise en place d'animations adaptés à la population-cible du projet.

Ressources matérielles :

Achat d'un véhicule 4 places à hauteur adaptée et présentant espace et confort.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

L'action va perdurer du fait de l'évolution constante de la commune (ville nouvelle). L'arrivée massive de population crée de nouveaux besoins tels que la création de lien social.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mme THOMAS

institution / entreprise : Mairie de Lieusaint

web site : [inexistant]

e-mail : [lieusaint.ccas@wanadoo.fr](mailto:lieusaint.ccas@wanadoo.fr)

tél. : +33.(0)1.64.13.55.76

fax : +33.(0)1.64.13.55.67

adresse : 50, rue de Paris - 77567 Lieusaint Cedex - FRANCE

### 3.5.28 (N) – La Travel Garantie du réseau de Oslo

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Le concept de « garantie de voyage » proposé par le réseau de Oslo consiste en une charte d'engagement, en 12 points. Le dernier de ceux-ci, le plus ambitieux, propose un remboursement allant jusqu'à 300 couronnes au voyageur qui constate un retard de 20 minutes ou plus du véhicule de transport public qu'il attendait et qui, en conséquence, prend un taxi afin de ne pas être en retard à son tour.

En d'autres circonstances où le service blesse, les clients sont invités à remplir un formulaire de réclamation, disponible dans tous les véhicules et toutes les stations. Et pour les encourager à cet exercice la compagnie de transport attribue, chaque mois, à 50 d'entre eux, pris au hasard des réponses reçues, une somme de 300 couronnes ( ? €) en titres de transport.

La garantie de voyage est un outil pour l'amélioration de la qualité du réseau de transports publics de la ville d'Oslo.

- elle compense un service qui ne satisfait pas aux attentes ;
- elle exerce une pression sur le travail interne et permet de déceler les lacunes ;
- elle informe sur les conséquences financières ;
- elle porte sur 12 aspects de service :

### Sporveiens Travel Guarantee

#### 1 WE WILL DEPART ACCORDING TO OUR TIMETABLES.

ALL DEPARTURES STATED IN SPORVEIENS TIMETABLES WILL BE ON TIME. ALTERATION OR CANCELLATIONS WILL BE ANNOUNCED AS POSTERS OR PUBLIC NOTICES ETC.

#### 2 NO DEPARTURES TOO EARLY.

NO VEHICLE SHALL DEPART EARLIER THAN THE TIME STATED IN THE TIMETABLES.

#### 3 YOU WILL BE INFORMED OF THE APPROACHING STOP.

APPROACHING STOPS WILL ALWAYS BE ANNOUNCED THROUGH THE LOUDSPEAKERS. ELECTRONIC DISPLAYS WILL ALSO BE USED WHERE AVAILABLE.

#### 4 YOU SHALL ALWAYS KNOW WHERE WE ARE DESTINED.

THE VEHICLE WILL WHERE APPLICABLE DISPLAY A SIGN SHOWING DESTINATION AND THE CORRECT ROUTE NUMBER.

#### 5 INFORMATION WILL BE AVAILABLE BEFORE YOU BOARD.

EACH STOP WILL HAVE NAME CLEARLY VISIBLE. ROUTE NUMBER, DESTINATION AND A CORRECT TIMETABLE WILL ALSO BE DISPLAYED.

#### 6 INFORMATION WILL BE AVAILABLE ON BOARD.

ALL VEHICLES WILL DISPLAY TIMETABLES, FARE AND FARE REGULATIONS. UNDERGROUND VEHICLES SHALL ALSO DISPLAY A MAP OF THE UNDERGROUND.

#### 7 WE WILL ANSWER YOUR QUERIES.

STAFF ON BOARD AND AT THE STATIONS WILL BE ABLE TO INFORM YOU ABOUT LOCATION OF STOPS AND CORRESPONDING LINES. (THE DRIVER SHOULD NOT BE DISTURBED WHILE THE VEHICLE IS IN MOTION.)

#### 8 YOU SHALL BE INFORMED WHEN THINGS GO WRONG.

YOU SHALL BE INFORMED OF IRREGULARITIES AS SOON AS POSSIBLE, AND AT INTERVALS, THROUGH LOUDSPEAKERS ON BOARD, OR AT TERMINAL POINTS.

#### 9 VEHICLES WILL BE CLEAN, MAKING YOUR JOURNEY PLEASANT.

ALL VEHICLES SHALL BE CLEAN, WITH NO RISK OF DAMAGE TO YOUR OR YOUR CLOTHING.

#### 10 WE WILL REPLY WHEN YOU WRITE TO US.

YOU WILL RECEIVE A WRITTEN REPLY WITHIN TWO WEEKS AFTER YOU HAVE BEEN IN CONTACT WITH US.

#### 11 WE WILL LISTEN TO YOUR OPINION.

EVERYTHING WE GET TO KNOW, EITHER DIRECTLY OR THROUGH CUSTOMER SURVEYS, WILL BE USED TO IMPROVE THE QUALITY OF PUBLIC TRANSPORT.

#### 12 WE WILL PAY IF YOU ARRIVE LATE.

YOU WILL RECEIVE A COMPENSATION IF NEGLIGENCE ON OUR PART RESULTS IN YOU ARRIVING MORE THAN 20 MINUTES LATE. WE REFUND YOUR TAXI FARE UP TO NOK 300 UPON TELLING US WHEN, WHERE AND WHAT LINE WAS INVOLVED IN THE DELAY. THE ONLY EXCEPTION IS WHEN IT IS OBVIOUS TO YOU AS A CUSTOMER THAT SPORVEIEN CANNOT BE HELD RESPONSIBLE FOR THE DELAY.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus – taxi – charte – attentes des clients – satisfaction – qualité – remboursement – ponctualité – fiabilité

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Oslo compte 500.000 habitants. La répartition modale est celle-ci : 42% voiture – 36% vélo et autres deux-roues – 22% transport public. L'objectif est d'équilibrer les 3 modes à ± 33% chacun. A cet effet, une charte d'engagements de service voit le jour en 1994 et Sporveien accompagne sa mise en œuvre d'un marketing appuyé tant en interne que vers le grand public.



#### 4. OBJECTIFS

La charte de service, telle que décrite au point 1, a pour objectif premier : « plus de clients, plus satisfaits ». Comment est-elle mise en place ?



**Customer Orientation**

- Systematically collect, use and distribute market information
- Use resources based upon our knowledge of the market
- Organizational development for more delegation and decentralization
- Introduction of the "Travel Guarantee"

Ouvrir largement la porte aux plaintes des clients insatisfaits a été le fil conducteur de ce nouvel engagement de service de la part d'un réseau urbain de transports publics. Auparavant, la proportion de plaintes enregistrées était de 10% auprès du conducteur, 3% par téléphone et 6% par courrier, les 81% restant ne se plaignant pas, parce qu'ils ne savaient pas à qui s'adresser ou pensaient que cela ne servirait à rien.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le rapport annuel 1996 a constaté une explosion du nombre de plaintes. Aujourd'hui le taux de plaintes reste élevé, ce qui traduit que la qualité n'est toujours pas satisfaisante. Le montant de remboursements taxis a énormément augmenté en 2000, parce que les tarifs taxis ont eux-mêmes augmenté d'une part et parce que de nombreux retards ont été enregistrés dans le métro. Les plaintes concernant le manque de propreté sont en baisse, conséquence du fait que les véhicules sont désormais nettoyés tous les 2 jours au lieu de tous les 3 jours et que du personnel est présent en bout de ligne pour récupérer les déchets.

#### 6. COMMUNICATION

Une brochure, disponible partout, diffuse les commentaires et/ou les plaintes adressées à Oslo Sporveier, lesquelles peuvent désormais être déposées dans une boîte aux lettres prévue à cet effet. Il existe aussi un formulaire spécial pour obtenir le remboursement du taxi en cas de retard du véhicule choisi.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

- Un réseau mieux perçu par sa clientèle effective et par la clientèle potentielle.
- Une augmentation du nombre de voyageurs sur le réseau public.

#### 8. RESSOURCES



**AS Oslo Sporveier**

- Owned by City of Oslo
- 31% subsidy
- 162 mill passengers in 2000
- Revenue 2.2 bill NOK (200 mill Euro)
- 2500 employees
- Operating
  - Metro 43%
  - Tram 21%
  - Bus 32%
  - Train, boat, SL-buses 4%

Oslo Sporveier appartient à 99,9% à la ville et reçoit un subside amounting to 32% of a 1,5 billion kroner total turnover. Sporveien emploie 2300 personnes pour un total de 163.000.000 passagers (en 2000).

Le transport en commun à Oslo n'a cessé d'augmenter, chaque année, passant de 136 millions de voyages en 1992 à quelque 153 millions en 1997, with a current market share of about 24%.

L'ambition de Sporveien est d'absorber toute future augmentation de la demande de déplacements, de sorte qu'en 2016 la proportion soit ramenée à parts égales entre le transport public (33%), les déplacements « doux » (33%) et la voiture (33%). La faible part des subsides, en décroissance, ont motivé Sporveien, ces dernières années, à développer une orientation clients.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

La mise en place de la charte de service s'est accompagnée d'autres mesures, en interne comme vers l'extérieur, largement médiatisées, qui, ensemble, concouraient au succès du projet engagé par l'opérateur de transport norvégien.

En 1994, un focus « éducation » a été mis en place auprès des conducteurs pour les habituer à annoncer les arrêts du parcours. A cela s'ajoutait le fait que lors d'un manquement constaté à cette pratique, et rapporté dans une plainte, par exemple, le conducteur était convoqué et même non payé pour le trajet concerné.

En 1999, le focus a été mis sur les départs en avance et les conséquences que cela peut engendrer pour les passagers.

Une enquête au terme de 4 ans dénote une amélioration sur tous les points de la qualité inscrits dans la garantie, ce qui ne signifie pas forcément une véritable augmentation de la qualité en tous points mais traduit aussi l'existence de la charte. Trois ou quatre fois l'an le public est interrogé sur l'existence de la charte et la connaissance qu'il a ou non ; il en ressort que les grands points sont connus, même sans un marketing spécifiquement appuyé sur cet aspect.

Résultats : 17.000 personnes arrivent à temps à destination via taxi payé par Oslo Sporveier et le trafic sur le réseau de Oslo Sporveier est en augmentation de 19%.

## 10. CONTACTS

nom / titre : Mrs. Kirsti NØST, Marketing Manager

institution / entreprise : AS Oslo Sporveier

web site : <http://www.sporveien.no>

e-mail : [kundesenter@sporveien.no](mailto:kundesenter@sporveien.no) (information voyageurs)

tél. : +47.22.08.41.00

fax : +47.22.08.41.08

adresse : Postboks 2857, Tøyen – 0608 Oslo - NORVEGE

### 3.5.29 (E) - Garantie de ponctualité pour les trains à grande vitesse espagnol –AVE-

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

En septembre 1994, lors de l'inauguration du train à grande vitesse entre Madrid et Barcelone est né le projet « total punctuality ». La RENFE rembourse l'entièreté du billet du train AVE en cas de retard de plus de 5 minutes, si la cause du retard peut être attribuée à la RENFE. Ce service concerne uniquement les billets AVE.



Le AVE de la RENFE est connu pour sa ponctualité

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – train – assurance – ponctualité – remboursement - qualité – régularité – tarification – temps - vitesse

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Madrid, Barcelone, ESPAGNE

La RENFE a initié ce service en collaboration avec le constructeur des trains. Si le train est en retard à cause d'une faute d'entretien, le manufacteur remboursera la RENFE pour le retard occasionné.

#### 4. OBJECTIFS

Attirer de nouveaux clients en montrant que le train est un moyen de transport ponctuel et sûr.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

600 nouveaux clients AVE réguliers et fidèles ont déjà été répertoriés depuis le démarrage de cette initiative.

#### 6. COMMUNICATION

Ce service est présenté sur la page Internet et mentionné sur les billets d'AVE.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Pas d'impact direct. On estime cependant que l'offre d'une telle garantie puisse, à terme, redorer le blason des trains. La fiabilité et la ponctualité ainsi retrouvées peuvent amener plus de clients vers le réseau ferré.

#### 8. RESSOURCES

Cette garantie ne demande pas des ressources directes. En cas de retard c'est soit le producteur des trains (si le retard est à cause d'une faute d'entretien), soit l'opérateur qui rembourse les clients concernés.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Le nombre des clients attirés par ce service fiable témoigne d'un fort intérêt pour l'initiative.

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : RENFE DIRECCION DE MARKETING

e-mail : [ave@renfe.es](mailto:ave@renfe.es)

tél. : +34.

fax : +34.

adresse : Avd. Ciudad de Barcelona, 4 - 28007 MADRID - ESPAGNE

### 3.5.30 (D) - Garantie de mobilité pour les détenteurs d'un abonnement mensuel

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE



Le Titre « Ticket 2000 » avec la garantie de mobilité

Depuis janvier 2001 le réseau Rhin-Ruhr offre sur l'abonnement mensuel (Ticket 2000) une nouvelle garantie de mobilité, moyennant un petit supplément de prix à l'achat. La garantie permet au client, en cas de retard de plus de 20 minutes du tram, du train ou du bus, de sauter dans un taxi et de se le faire rembourser ensuite par la communauté de transport VRR qui supportera les frais jusqu'à concurrence de € 25 par passager, dans un délai de trois jours suivant l'introduction de la demande du passager lésé auprès de VRR.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – assurance – confort – ponctualité – qualité – sûreté – tarification – taxi – temps – vitesse – remboursement

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Rhin-Ruhr, ALLEMAGNE

La communauté de transport de la région Rhin-Ruhr (VRR) a pris la décision d'améliorer tout le système d'abonnements mensuels pour le début de l'an 2001, l'introduction de ce nouveau titre de transport y est liée.

#### 4. OBJECTIFS

Rendre attractifs les transports publics et garantir la mobilité des usagers, par un service annexe lorsque le tram, le train ou le bus accusent un retard de plus de 20 minutes. De grandes marques d'automobiles proposent le même genre de service en cas de panne d'un véhicule privé..

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

De janvier à octobre 2001, quelque 2100 passagers ont demandé un remboursement de ce type. Le nombre total de déplacements par an est de 1,1 milliard. Le remboursement était en moyenne de € 12,5 par client.

Notons que 80% des passagers déjà utilisateurs de l'abonnement « Ticket 2000 » ont choisi de payer ce petit supplément et de bénéficier de cette nouvelle garantie de mobilité.

#### 6. COMMUNICATION

Le service est annoncé par voie d'affiches et des encarts publicitaires dans la presse.

Il est également décrit en détails sur la page Internet : [www.vrr.de](http://www.vrr.de) ainsi que sur les pages d'autres opérateurs qui appartiennent également à la communauté VRR.

Un article est paru dans la revue MOBILZEIT 12/2001, p. 12, Ed. VRR

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une telle garantie peut améliorer la perception de la fiabilité des transports publics pour des clients potentiels et en augmenter la fréquence à long terme.

#### 8. RESSOURCES

La compagnie totalise un montant de € 26250 en frais de remboursements aux clients victimes d'un retard important (excédant les 20 minutes) pour les dix premiers mois de la mise en œuvre de l'initiative.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

La somme investie par la communauté VRR n'est pas élevée en regard du succès obtenu par le projet (80 % de passagers qui ont choisi cette option) et du nombre de passagers ayant dû introduire une demande de remboursement.

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : Verkehrsverbund Rhein-Ruhr GmbH [VRR]

web site : [www.vrr.de](http://www.vrr.de)

e-mail : [info@vrr.de](mailto:info@vrr.de)

tél. : +49.(0)209/1584-410

fax : +49.(0)209/1584-450

adresse : Bochumer Straße 4 - 45879 Gelsenkirchen - ALLEMAGNE

### 3.5.31 (E) – Une réduction des prix pour les usagers du bus, une fois par mois

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

EMTUSA, l'opérateur de bus à Gijon, offre aux usagers de bus une réduction de 33% sur le titre de transport chaque dernier mardi du mois, visant en cela à attirer plus de clients vers les transports publics.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – autobus – tarification – billetterie - sensibilisation

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE..)

Gijon, ESPAGNE

Le service a été introduit par l'opérateur de bus sur conseil de la mairie de Gijon.

#### 4. OBJECTIFS

Attirer des usagers potentiels vers les services de bus de la ville.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Testé pour la première fois à Gijon le mardi 29 janvier 2002, on a pu constater une augmentation de 10% des passagers. Le mardi suivant était le 26 février ; l'augmentation fut de 5% par rapport au premier mardi, soit 15% au total.

#### 6. COMMUNICATION

Article paru en février 2002 dans le journal « El Comercio ».

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Parfois les services des transports publics sont ignorés d'un certain nombre de citoyens, ceux-ci pensant que les services de transports collectifs sont (trop) chers. L'invitation à emprunter le bus une fois par mois à un prix réduit va permettre d'accueillir ces non-clients en leur montrant l'efficacité et la qualité proposée par le réseau public. A moyen terme la volonté est de faire croître significativement la fréquentation du réseau par la captation de ces nouveaux clients.

#### 8. RESSOURCES

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Pour qu'une telle action puisse voir le jour, il faut trouver un accord entre l'opérateur et la mairie. Le nombre de clients captés par ce biais est capable de faire effet d'aspirateur d'autres clients encore (environ 15%). Une démarche de ce type ne demande pas beaucoup d'engagement et est rapidement mise en place.

#### 10. CONTACTS

nom / titre:

organisation : EMTUSA

web site : <http://www.ayto-gijon.es/emtusa>

e-mail : [inexistant]

tél. : +34.98.532.05.58 / +34.98.532.05.62 / +34.98.532.05.66 (du lundi au vendredi, de 9h à 14h)

fax : +34.98.532.99.34

adresse : C/ Solar, s/n. El Cerillero – 33212 Gijon - ESPAGNE

### 3.5.32 (EUR) - Euregio ticket

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Les sociétés de transport en commun néerlandaises, belges et allemandes ont mis en circulation, pour la première fois, un titre de transport commun valable dans toute l'Euregio Meuse-Rhin. Ce titre de transport permet de voyager toute une journée sur presque toutes les lignes de bus et de trains de l'Euregio Meuse-Rhin. Le week-end, toute une famille (soit 2 adultes et 3 enfants) peut effectuer des trajets transfrontaliers.

#### 2. MOTS CLEFS

autobus – confort – intégré – intermodalité – interurbain – tarification – train – tramway – transfrontalier - tourisme

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

PAYS-BAS – BELGIQUE – ALLEMAGNE

L'Eurorégion Rhin-Maas a imaginé ce titre de transport transfrontalier. L'initiative pour une telle démarche émanait de la communauté de transport de Aachen.

#### 4. OBJECTIFS

Comme les transports publics souffrent de prix élevés pour des trajets transfrontaliers, on a créé un titre de transport universel qui s'applique aux déplacements transfrontaliers, effectués dans la région. Ce titre cherche également à rendre attractifs les transports publics en comparaison de la voiture, de par leur simplicité : un billet pour toute la famille, pour toute la journée.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Par l'achat de ce billet l'utilisateur a le droit d'emprunter toute une journée presque toutes les lignes de bus et de trains de l'EUREGIO Meuse-Rhin. Ceci facilite de beaucoup ses déplacements par rapport à une situation antérieure où il était particulièrement compliqué de choisir le bon tarif. Et le nouveau titre combiné rend aussi les transports publics frontaliers plus attractifs par rapport à l'époque où il était nécessaire d'acquérir plusieurs titres différents, pour un total final bien plus élevé que ce que ne représente l'EUREGIO ticket.

#### 6. COMMUNICATION

Information extraite de Mobilzeit 12/2001, p. 17, Ed. VRR

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Ce billet rendant plus attractifs les transports publics au points de vue confort, accessibilité et prix, on peut raisonnablement estimer qu'un plus grand nombre de clients vont avoir recours à ce billet et augmenter ainsi la part du marché des transports publics dans les déplacements transfrontaliers, marché jusqu'ici très fortement dominé par la voiture privée.

#### 8. RESSOURCES

La partage de recettes est réglé d'une façon simple : chaque réseau garde les recettes obtenues par la vente de ce type de ticket. Les responsables indiquent qu'il existe un équilibre entre les différents déplacements transfrontaliers et ceci les conforte dans leur décision de gestion des recettes.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Une telle démarche est lourde à initialiser (accord des 25 opérateurs indispensable) mais le confort qu'elle apporte à l'utilisateur est considérable. En outre, la performance des transports publics par rapport à la voiture dans des régions transfrontalières est considérablement augmentée.

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Aachener Verkehrsverbund GmbH

web site : <http://www.avv.de>

e-mail : [info@avv.de](mailto:info@avv.de)

tél. : +49.(0)241.968.970

fax : +49.(0)241.968.920

adresse : Neuköllner Straße 1 - 52068 Aachen - ALLEMAGNE

### 3.5.33 (D) - Trajet gratuit pour des clients portant un certain nom diffusé par haut-parleur

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Afin d'attirer plus de clients vers le rail, la Deutsche Bahn propose un transport gratuit pour un certain nombre de gens, portant un nom très commun. Ces passagers, dont le nom est identifié pour une semaine, peuvent utiliser gratuitement certains trains pendant cette période. Cette offre est limitée aux jours de la semaine ( lundi au vendredi) et entre les villes de Magdeburg et de Wittenberg en Sachsen-Anhalt. Pour profiter de cette offre il suffit de montrer sa carte d'identité au contrôleur dans le train. Les noms suivants ont déjà été choisis :

**Schneider:** 9. à 13. juillet  
**Schröder** 16. à 20. juillet  
**Koch** 23. à 27. juillet  
**Becker** 30. juillet à 3. August

**Fischer** 6. à 10. août  
**Hartmann** 13. à 17. août  
**Kunze** 20. à 24. août  
**Müller** 27. à 31. août

#### 2. MOTS CLEFS

gratuit – sensibilisation – tarification - train

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

L'idée est venue du NASA (autorité responsable pour les trains régionaux en Sachsen-Anhalt) et a été élaborée en partenariat avec l'opérateur, la Deutsche Bahn.

#### 4. OBJECTIFS

Le but de cette action est de sensibiliser et d'attirer des nouveaux clients pour le rail dans la région.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le passager montre sa carte d'identité au contrôleur, rien de plus, et si son nom est le nom « de la semaine » il voyage gratuitement.

#### 6. COMMUNICATION

L'INTRODUCTION DE CETTE ACTION A ETE LARGEMENT PUBLIEE DANS LA PRESSE, AINSI QUE SUR INTERNET.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Ce type d'initiative cible surtout les non-utilisateurs des trains et leur propose de se familiariser avec l'offre ferroviaire dans leur région, le but étant bien entendu d'attirer une clientèle nouvelle.

#### 8. RESSOURCES

S'agissant d'une action qui propose des trajets gratuits en train, il n'existe pas de budget ou de frais élevés, qui soient consacrés à un tel projet. Dans ce cas précis il suffisait de négocier une formule entre l'autorité organisatrice et l'opérateur des trains pour assurer le transport gratuit des passagers portant un des noms cités.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Bonne Idée, pas trop chère, facile à copier. Malheureusement il n'existe pas de d'enquête évaluant le taux de passagers convaincus par l'offre de train et qui s'en serviront régulièrement après cette action promotionnelle.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Dr. Rudolf Menke

institution / entreprise : Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH

web site : <http://www.nasa.de>

e-mail : [nasagmbh@nasa.de](mailto:nasagmbh@nasa.de)

tél. : +49.(0)391.536.310

fax : +49.(0)391.536.3199

adresse : Am Alten Theater 6 - 39104 Magdeburg - ALLEMAGNE



### 3.5.34 (E) - Informations en ligne dans les trains régionaux

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Un service d'information sur les transports vicinaux (horaires et retards) est à la disposition des passagers à l'intérieur des trains via une technologie GSM. Des informations écrites et orales sont transmises de la centrale de la RENFE vers les trains. Ce service fonctionne également dans les tunnels. A la centrale une équipe alimente le système avec les informations nécessaires. Les informations transmises peuvent être spécifiques à une ligne ou un seul train. En cas de retard ou de déviation, il est ainsi facilement possible de faire parvenir les informations adéquates aux passagers concernés.

#### 2. MOTS CLEFS

train – confort – GSM - information – ponctualité – qualité – TIC - temps

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

L'opérateur des trains régionaux en Espagne, Cercanias.

#### 4. OBJECTIFS

L'objectif de ce service est d'assurer une meilleure information des passagers en cas de retard ou de perturbation sur une ligne.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

D'une part les passagers bénéficient d'une meilleure information, par les installations dans les voitures, d'autre part ils profitent du système lors de retards et qu'ils peuvent optimiser leur temps d'attente et/ou organiser leurs correspondances éventuelles.

#### 6. COMMUNICATION

CFR. ARTICLE UITP: "TWO EXAMPLES OF THE APPLICATION OF THE LATEST PUBLIC TRANSPORT TECHNOLOGIES".

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

Un grand nombre de gens se plaint actuellement du niveau d'information diffusé au bord des trains. Une fois mise en place, ce système d'information en ligne permet aux passagers de réduire le temps perdu dans les déviations, les retards, etc. et peut donc à long terme attirer des clients potentiels vers le rail, surtout dans la population des navetteurs.

#### 8. RESSOURCES

Les ressources financières proviennent de CERCANIAS, l'opérateur des trains régionaux. Il n'a pas été possible de déterminer la somme exacte investie dans ce projet.

#### 9. LEÇONS A RETENIR

A première vue, ce service semble être très utile. Il est à noter cependant qu'un tel projet nécessite une installation lourde dans les voitures et des procédures techniques, comme la collecte, le traitement et la diffusion d'information par la centrale, ce qui peut freiner la mise en œuvre du même procédé chez d'autres opérateurs.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Wenceslao Sánchez Méndez

institution / entreprise : RENFE Metropolitan Railway transport Commuter Business Unit

web site : <http://renfe.es>

e-mail : [cercanias@renfe.es](mailto:cercanias@renfe.es)

tél. : +34.91.50.66.171

fax : +34.91.50.66.937

adresse : Avenida Ciudad de Barcelona n°8 –4a - 28007 Madrid - ESPAGNE



## 2.6 Voiture

### 3.6.1 (CH) – Transport Individuel Public (TIP)

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Concept de petites voitures urbaines en covoiturage, positionnées par GPS et dont la vitesse est auto-régulée (limitée à 30 KM/H) et le parcours confiné à un périmètre d'utilisation prédéfini, dont l'utilisation se fera via une carte à puce.

#### 2. MOTS CLEFS

voiture - covoiturage - automobiliste - urbain - flexibilité - carte à puce - électrique - GPS - service à la demande - TIC - géolocalisation - environnement

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE..)

Genève, SUISSE

L'expérience City Car menée à Martigny par les Cars Postaux a permis de définir les composantes attendues par la clientèle et de définir un cahier des charges pour un véhicule spécifiquement destiné à servir de complément modal : propulsion électrique (nuisances atmosphériques, sonores, facilité de conduite) - 4 à 5 places assises (capacité utilitaire, y compris transport de colis) - positionnement par GPS (redistribution des véhicules dans les stations) - stations éloignées d'environ 400m (accessibilité) - accès avec une carte à puce (pas de clé, pas de paiement en numéraire).

Les constructeurs « Swatch technologies - CH », « Frazer Nash - UK » et « NOGARO Technologie - F » ont mis au point des prototypes en vue de démontrer la faisabilité technique d'un tel véhicule.

Organisation d'un marché-test à Genève dont l'objectif est de valider le concept global (acceptation par le public, valeur des solutions techniques).

Stratégie : Etablir et mettre en œuvre un concept compatible avec:

# les zones 11 et 12 Unireso<sup>®</sup>, communauté tarifaire intégrale qui regroupe les Transports Publics Genevois -TPG-, les Chemins de Fer fédéraux suisses -CFF- et la SMGN)

# Easy Ride + Easy Ticket

# Mise en service de 60 véhicules spécifiques avec électronique embarquée permettant le positionnement (GPS)

Moyens : Investissements par des partenariats (Ville de Genève, opérateur de transports publics français, ATM, OFEN, instance gouvernementale, etc.)

Fonctionnement par les recettes (éventuellement garantie de recettes par l'Etat de Genève)

PERIODE : 2003-2004-2005

#### 4. OBJECTIFS

Proposer un mode de déplacement souple (voiture à utilisation individuelle), adapté au milieu urbain (vitesse modérée, non-pollution...), calqué sur une logique d'utilisation plutôt qu'une logique de propriété.

- Concept global du TIP :
- > Solution de mobilité alternative à un véhicule privé.
  - > Complémentaire à l'offre des opérateurs de transport public.
  - > Basée sur des véhicules :
    - écologiques ;
    - en libre service ;
    - d'une capacité de 4 à 5 voyageurs ;
    - positionnés par GPS pour permettre l'approvisionnement des stations ;
    - disponibles dans une sélection de stations ;
    - accessibles par les moyens de paiement de Unireso<sup>®</sup> ;
    - dont la tarification est cohérente avec celle des transports publics.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

L'étude PROGNOSES (juillet 2001) a démontré qu'il existe une demande potentielle pour une prestation connexe supplémentaire

\* de type urbain

\* qui soit un service public (pérennité, sécurité)

\* qui soit intégrée à l'offre globale de la communauté tarifaire Unireso<sup>®</sup>

\* qui représente un complément modal individuel (ce que l'offre de base des TC ne peut offrir actuellement)

\* qu'un tel complément modal inciterait le public à renoncer à posséder / à utiliser une voiture privée en cycle urbain.

#### 6. COMMUNICATION

PRESENCE AU SALON DE L'AUTO DE GENEVE (QUI FERME SES PORTES LE 17 MARS 2002).

REALISATION D'UNE VIDEO DE PRESENTATION DU CONCEPT TIP.

DOCUMENTATION FOURNIE PAR LES TPG.

## 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une mobilité douce (non-polluante), flexible (à la demande du client), très souple (petits gabarits) et qui « empiète » sur le territoire souvent gardé des véhicules privés (et qui leur confère un de leurs plus grands avantages) puisque cela reste un mode de transport individuel. Des déplacements en ville facilités et des artères urbaines qui « respirent » sont les impacts souhaités du concept de TIP.

## 8. RESSOURCES

### Structure financière globale

**Budget prévisionnel global TIP Bienne - Genève CHF 8 '000 '000.-**

<b>Dépenses :</b>	<b>CHF 8 '000 '000.-</b>
Investissements	CHF 4 '500 '000.-
Coûts d 'exploitation (avril 2002 - décembre 2005)	CHF 3 '500 '000.-
<b>Contributions et participations :</b>	<b>CHF 6 '000 '000.-</b>
Direction de projet (capital de la société)	CHF 2 '000 '000.-
Couverture de frais (participations particulières)	CHF 1 '000 '000.-
Financement public envisagé	CHF 3 '000 '000.-
<b>Recettes</b>	<b>CHF 2 '000 '000.-</b>

### Contributions, participations détaillées et recettes

<b>Budget global – Bienne / Genève (avril 2002 - décembre 2005)</b>	<b>CHF 8'000'000.-</b>
<u>Direction du projet (capital société simple / Sàrl)</u>	<u>CHF 2'000'000.-</u>
<u>Couverture de frais (prestations, communication, etc...)</u>	<u>CHF 1'000'000.-</u>
<u>Financement public :</u>	<u>CHF 3'000'000.-</u>
<u>Recettes</u>	<u>CHF 2'000'000.-</u>

### Sécurité financière

1. Contributions et participations : les diverses contributions sont confirmées par les divers partenaires concernés.  
2. Les recettes (CHF 667000- par an) représentent une recette moyenne par jour et par véhicule de CHF 33,50 (soit 2,7 clients/ jour au tarif expérimental et en comptant 8% de taux d 'immobilisation technique pour réparations, maintenance). Même si cette ambition peut sembler mesurée, sa concrétisation ne peut, en l'état, être garantie sans réserve. D'autre part, les opérateurs de transport de « unireso » ne disposent pas, en raison du contrat de prestations, du pouvoir discrétionnaire de prendre la décision de mener ce test sans approbation de la part de l'Etat, assortie d 'une garantie de recettes.

## 9. LEÇONS À RETENIR

Plusieurs essais ont été effectués à l'étranger et en Suisse, deux essais ont été effectués à Genève (Coopauto, Car Club).

Toutefois, à Genève, ces essais n 'ont pas eu de suite en raison de :

- \* prestations non intégrées à un service public (méfiance de la clientèle) ;
- \* forme juridique coopérative pas adaptée dans le cas de Coopauto ;
- \* manque de vision du marché dans le cas de Car Club ;
- \* dans les deux cas, véhicules inadaptés (stock constructeurs, véhicules thermiques) ;
- \* dans les deux cas, aucune mesure d'accompagnement des autorités (parkings...)

Ces « échecs » ont démontré l'importance de l'intégration de ce type d'offre dans un véritable concept qui soit cadré par les transports publics en vue de correspondre aux véritables attentes du marché.

## 10. CONTACTS

nom / titre : M. Michel HIRSIG, Directeur commercial

institution / entreprise : TPG

web site : <http://www.tpg.ch>

e-mail : [Hirsig.m@tpg.ch](mailto:Hirsig.m@tpg.ch)

tél. : +41.22.308.33.11

fax : +41.22.308.34.00

adresse : 1, route de la Chapelle – Case postale 950 – 1212 Genève - SUISSE

## 3.6.2 (EUR) - Antivol et géolocalisation satellitaire par GPS et GSM, SATPLUS

### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

SATPLUS est une boîte métallique de petite dimension dans laquelle se trouve un module GPS (pour localiser le véhicule) et un module GSM (pour établir le contact avec le véhicule), elle est intégrée au véhicule de manière invisible et reliée à une Centrale Opérationnelle de Surveillance disponible 24h/24, Belgacom Alert Service, via le réseau de téléphonie mobile. Antivol et système de géolocalisation satellitaire pour tout type de véhicule, SATPLUS se présente comme la double sécurité ; SATPLUS donne aussi accès à des services complémentaires optionnels d'aide, de contrôle et de protection.

### 2. MOTS CLEFS

voiture – automobiliste - GPS – GSM – géolocalisation – surveillance – contrôle – sécurité – assistance – secours – antivol – TIC - entreprise

### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

BELGIQUE, ITALIE, EUROPE

### 4. OBJECTIFS

- Protéger le véhicule de toute tentative de vol, d'effraction ou de manipulation, par l'activation du service d'interception d'urgence qui a pour effet de mettre le véhicule sous la « tutelle » permanente de la Centrale.
- Localiser et immobiliser le véhicule volé, grâce au dispositif à distance « bloque-moteur » et aviser les forces de l'ordre locales pour une interception.
- Pouvoir envoyer un signal à la Centrale en cas de malaise du conducteur, laquelle fera le nécessaire pour avertir les services de secours.
- En cas d'accident de la circulation ou d'une forte collision, transmettre de manière autonome un signal grâce aux « sensor-crash » permettant à la Centrale d'avertir forces de l'ordre et services de secours.

### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Aucune étude de marché ne nous est connue à ce jour.

### 6. COMMUNICATION

Brochure commerciale SATPLUS distribuée lors de rencontres automobiles telles que les « Ferrari Days » sur le circuit de Spa-Francorchamps en avril 2001.

### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

- Augmenter la sécurité des personnes ;
- Diminuer le nombre de vols de véhicules privés ;
- Dynamiser la communication depuis un véhicule privé ;
- Accélérer l'intervention des services spécialisés en cas d'incident.

### 8. RESSOURCES

Pas d'information spécifique sur cet item.

### 9. LEÇONS À RETENIR

Pas d'information spécifique sur cet item.

### 10. CONTACTS

nom / titre : M. Frédéric Dubois

institution / entreprise : EURECA Benelux

web site : <http://www.satpiu.it>

e-mail : [duboisfrederic@belgacom.net](mailto:duboisfrederic@belgacom.net)

tél. : +32.2.351.29.00

fax : +32.2.351.29.01

adresse : rue du Gaz, 1 – 1410 Waterloo - BELGIQUE

### 3.6.3 (F) – CAISSE-COMMUNE, service de location de voitures

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Depuis avril 1999, Caisse-Commune est la première société à développer le concept d'auto-partage en France.

Ce concept réunit déjà 200 000 adhérents en Europe.

L'auto-partage est un service comparable au véhicule individuel : il permet grâce à un simple appel téléphonique de disposer d'une voiture pour 1 heure, 2 heures ou pour un mois, y compris pour un départ immédiat et ceci 24h/24 et 7 J/7. Caisse-Commune, c'est une mobilité flexible et respectueuse de l'environnement. La formule de location allie les avantages d'un véhicule individuel et de la location, qui ne coûte que lorsqu'on l'utilise. En devenant membre de Caisse-Commune, l'automobiliste peut partager un parc de véhicule avec les autres adhérents et choisir le type de véhicule adapté à ses besoins. Le paiement du droit d'entrée symbolise l'achat en multipropriété des véhicules, d'où le terme d'auto-partage.

#### 2. MOTS CLEFS

voiture – covoiturage – auto-partage – automobiliste - carte à puce – location – gestion - abonnement – flexibilité - antivol - environnement

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

PARIS, FRANCE

#### 4. OBJECTIFS

- Donner des moyens qui favorisent l'auto-partage.
- Proposer de « la voiture sur mesure ».
- L'ambition de Caisse-Commune est de couvrir tous les arrondissements de Paris, afin d'assurer aux parisiens un véritable service de proximité (Caisse-Commune ouvre une nouvelle station par mois et acquiert une nouvelle voiture par semaine).

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

L'utilisateur voit dans le concept Caisse-Commune :

1 - Souplesse et simplicité

\* Réservation simplifiée : quelques minutes ou quelques jours avant la course, sur simple appel téléphonique 24H/24.

\* Location à l'heure, à la journée, au mois.

\* Disponibilité immédiate .

\* Accès aux parcs de véhicules 24H/24,7J/7 avec un clef associée à une puce électronique qui désactive l'antivol et enregistre les données kilométriques qui seront débitées de son compte.

2 - Tranquillité et proximité

\* Les soucis de gestion d'une voiture privée (assurance, parking, maintenance (révision, réparation, nettoyage) ne sont plus de mise.

\* Les stations sont nombreuses et proches de lui.



Relais Caisse-Commune dans la région parisienne

#### 6. COMMUNICATION

Via le site [www.caisse-commune.com](http://www.caisse-commune.com).

La presse (quotidiens et magazines) fait un large écho à Caisse-Commune :

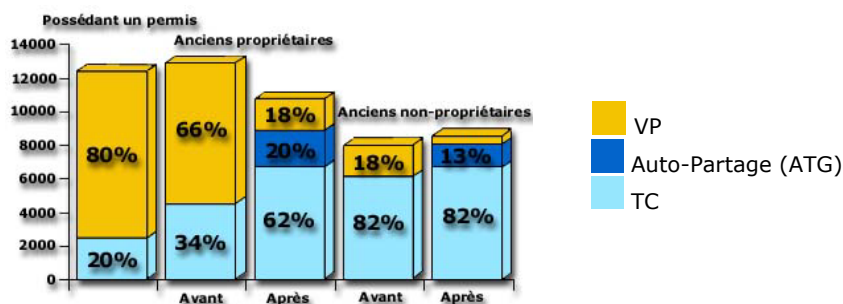
Le Nouvel Observateur (4 octobre 2001 & 5 janvier 2000), Entreprendre (été 2000), Le Figaro (août 2001), L'Expansion (juillet 2001), Biba (juillet 2001), L'Entreprise (avril 2001), Le Journal Du Dimanche (26 février 2001) relatent fréquemment les activités de Caisse-Commune et diffusent son image et ses avantages auprès du public.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Caisse-Commune respecte l'environnement de 3 façons :

- en payant à l'usage l'adhérent compare les prix des différents modes de transport et choisit le plus adapté à son trajet. Il réduit de 50 % son kilométrage en voiture par rapport à la moyenne des conducteurs et effectue 35 % de kilomètres en plus en transport en commun et en taxis ;
- la majorité des voitures sont équipées au GPL ;
- une voiture partagée remplace 8 véhicules, l'auto-partage libère de l'espace sur la voirie pour les piétons, les cyclistes et les transports en commun

Utilisation des différents modes de transport chez les coopérateurs d'ATG en 1992.  
 Michael Flamm, colloque INRETS-INRIA, Paris, 2 juin 1997



## 8. RESSOURCES

Caisse-Commune œuvre en synergie avec les acteurs de la ville et du transport.

Le PREDIT soutient l'auto-partage pour ses qualités d'innovation propres à "améliorer la qualité de vie urbaine et des transports", favorisant "le rééquilibrage des modes de transports entre la voiture particulière et les autres modes motorisés" (Caisse-Commune a reçu un prix lors du carrefour PREDIT du 13 juin 2001 au titre d'expérience exemplaire).

Architecte de la mobilité, Renault participe au développement de l'auto-partage à Paris en apportant à Caisse-Commune son aide technique et son partenariat Renault Relais pour les locations de longue durée.

La RATP apporte son soutien à Caisse-Commune et à sa formule d'auto-partage, le complément idéal des transports en commun. Caisse-Commune fait confiance à AUTOBELLA pour l'entretien de ses véhicules. L'APMS est partenaire de Caisse-Commune pour l'ouverture d'une station près du palais de justice.

## 9. LEÇONS À RETENIR

PAS D'INFORMATION SPECIFIQUE POUR CET ITEM.

## 10. CONTACTS

nom / titre : M. Loïc MIGNOTTE, fondateur de l'association

institution / entreprise : Caisse-Commune

web site : <http://www.caisse-commune.com>

e-mail : [info@caisse-commune.com](mailto:info@caisse-commune.com)

tél. : +33.(0)1.43.55.15.95

fax : +33.(0)1.43.55.60.23

adresse : 56, boulevard Beaumarchais (rue Clotilde de Vaux) - 75011 Paris - FRANCE



### 3.6.4 (EUR) – SHELL GEOSTAR : service on-line de planification de voyages en voiture

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Shell GeoStar est un outil simple et gratuit qui rassemble en un seul site tous les services dont un automobiliste peut avoir besoin, de la planification d'itinéraire aux services liés au voyage.

Shell GeoStar permet de planifier en détail des trajets en voiture dans 47 pays d'Europe occidentale en mettant à disposition de l'utilisateur des cartes à grande échelle (plans de villes), des itinéraires détaillés, des renseignements sur les voyages en voiture, des informations touristiques sur les itinéraires et les destinations, et offre la possibilité de réserver une chambre d'hôtel, une table au restaurant, une place à bord d'un ferry, de louer une voiture et d'acheter des articles de voyage tels que des livres, des cartes routières et des CD-audio. Shell GeoStar aide aussi l'automobiliste en localisant les stations Shell et en lui offrant des infos trafic et météo et une série de « tuyaux » sur les codes de la route de 31 pays, sur les limitations de vitesse, les amendes, les péages l'usage en vigueur des téléphones portables. Shell GeoStar est disponible en 6 langues. Shell GeoStar constitue la réponse la plus moderne et la plus innovante aux besoins des voyageurs, accessible sur un site Web pratique.

La valeur ajoutée du site s'appelle « Mon Shell GeoStar », ce service permet à ses membres inscrits d'établir leur profil de préférences et leur propose un service personnalisé ciblant leurs besoins. Les utilisateurs peuvent introduire, modifier ou supprimer leur profil ainsi que paramétrer ce dernier en fonction de leur type de voyage préféré, la durée du trajet souhaitée et le type de régions ou de pays qu'ils ont choisis. Ce service personnalisé garde en mémoire les cartes, itinéraires, lieux d'intérêt et réservations de telle sorte que l'utilisateur ne doive pas réintroduire toutes les informations pertinentes à chaque fois qu'il visite le site.



#### 2. MOTS CLEFS

voiture – automobiliste – planification – itinéraire – web site – tourisme – localisation – information – code de la route – amende – péage – réservation – achat en ligne – TIC – gratuit

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Shell GeoStar est un service gratuit de Shell Europe.

#### 4. OBJECTIFS

Répondre de A à Z aux besoins des usagers de la route européens, en six langues. Shell GeoStar propose une infinité de services à ses utilisateurs : la planification d'itinéraire à travers 47 pays européens, des cartes détaillées à échelle des rues et les directions à suivre. Il est également possible d'acheter en ligne tout ce qui est nécessaire pour réussir vos voyages en voiture, des possibilités d'hébergement (informations détaillées sur plus de 57.000 hôtels et maisons de vacances en Europe) à la réservation de ferries et de restaurants (77.000 proposés à travers l'Europe), en passant par plus de 5000 produits et services liés au voyage disponibles en plusieurs langues, tels que des guides de voyage et de conversation. Des bulletins météo sont publiés et mis à jour toutes les demi-heures à partir de 1.296 stations à travers toute l'Europe.

Shell GeoStar propose une sélection de plus de 350.000 lieux d'intérêt à travers 16 pays européens. Ce service permet à l'utilisateur d'effectuer une recherche d'itinéraire et de planifier (comme son nom l'indique !) ce dernier avec une grande précision grâce aux cartes et aux directions à suivre établies par Shell GeoStar. Les utilisateurs ont en outre la possibilité de consulter des guides traitant des différents codes de la route en vigueur dans les différents pays et régions d'Europe.

A l'horizon de quelques mois ou années, Shell marque l'intention d'étendre ses services on-line, pour devenir le service one-stop le plus complet pour tous types de voyages, avant, pendant et après ceux-ci. La gamme de produits et de services sera élargie ; les services étendus à d'autres pays et d'autres langues et de nouveaux concepts développés afin de proposer des solutions sur mesure.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Florilège de commentaires issus du site Internet :

- « Votre site est le meilleur que j'ai jamais utilisé ! Excellent ! D'une aide précieuse pour mes déplacements professionnels et pour mon usage privé. » Janis LUKINS, Suède 17.10.2001
- « Je suis chauffeur-routier et parcourt environ 12000 km par mois sur les routes allemandes. J'ai testé plusieurs services de planification d'itinéraires, mais Shell GeoStar est le seul qui réunisse tout ce dont j'ai besoin, avec des informations correctes à 99 %. Les rares erreurs sont sans doute dues au fait que les localités ne fournissent pas toujours les bonnes directions et panneaux. » Lothar HOFMANN, Allemagne 13.10.2001
- « Quel site Web fantastique vous avez là ! Je l'ai utilisé extensivement pour planifier un voyage en Allemagne. Merci pour votre aide ! » Tenna BOYE, DANEMARK 08.10.01
- « Je vous félicite pour la rapidité et la fiabilité de vos trajets. Votre site redonne à Internet tout son sens : l'information du consommateur. » Jean-Olivier COLLINET, Belgique 21.09.2001



## 6. COMMUNICATION

La connaissance du service se diffuse essentiellement par Internet (partenariat et liens multiples). Et par le bouche-à-oreille des utilisateurs globalement satisfaits.

Shell GeoStar s'est néanmoins engagé sur un certain nombre de points ayant trait à un service de qualité et inscrits dans une « charte du client » :

L'engagement à la qualité de Shell GeoStar :

- Mettre à jour et améliorer constamment notre fiabilité et notre précision.
- Réinventer la planification de voyage en innovant.
- Respecter les standards de haute qualité que nous nous sommes imposés.

Dans le cas où vous ne seriez pas satisfait de l'un de nos services, nous tenons à ce que vous nous en fassiez part en vue d'améliorer la qualité de service et de vous satisfaire pleinement. Notre engagement à la qualité, c'est aussi d'être toujours attentifs aux remarques de nos clients et d'en tenir compte.

## 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une meilleure utilisation de la voiture, à travers une meilleure connaissance des réseaux routiers et des lois qui les régissent, et par l'obtention d'informations en temps réel pour simplifier les déplacements en voiture.

## 8. RESSOURCES

Un partenariat, accentué par de multiples liens, large et diversifié est à la base de ce service intégré :

- BOL (livres, guides et cartes, CD) ;
- hotelguide.com, catalogue d'hôtels répertoriés sur Internet ;
- Polyglott (600 ouvrages spécialisés) ;
- Hertz & Budget (location de voitures) ;
- Eurocamp (vacances en camping/caravaning et mobile home) ;
- Toptable.co.uk (38.000 couverts dans 600 restaurants du Royaume-Uni) ;
- P&O Portsmouth (ferries et aéroglisseurs) & P&O North Sea Ferries (service quotidien de traversées de nuit entre Hull, Rotterdam et Zeebrugge) ;
- ifyouiski.com (bulletins d'enneigement, stations de sports d'hiver) ;
- DFDS Seaways (anciennement Scandinavian Seaways, transport de passagers et de marchandises entre le Royaume Uni et l'Europe du Nord) ;
- Navigation Technologies (fournisseur de cartes de navigations le plus réputé au monde) ;
- Dancenter (locations de vacances dans les pays scandinaves) ;
- Scandlines (traversées en ferry reliant le Danemark, l'Allemagne, la Suède et les pays baltes) ;
- Efteling (parc d'attractions des Pays-Bas) ;
- Rent-a-Holiday (location de vacances en Europe, service accessible en 7 langues) ;
- Marcellino's (guide exhaustif de 5.000 restaurants et cafés en Allemagne) ;
- Wunderground (informations météorologiques en temps réel).

Le programme créé en collaboration avec les partenaires de Shell GeoStar attire une importante clientèle provenant des quatre coins de l'Europe en proposant des services et des produits totalement innovateurs aux utilisateurs, de l'hôtellerie aux boutiques de vêtements axés sur les voyages.

## 9. LEÇONS À RETENIR

Pas de renseignements précis à ce stade.

## 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Shell Europe (GeoStar est une marque déposée de Shell)

web site : <http://www.shellgeostar.com>

e-mail :

renseignements sur les partenaires et les sociétés : [partners@shellgeostar.com](mailto:partners@shellgeostar.com)

renseignements sur la publicité pour Shell GeoStar : [advertising@shellgeostar.com](mailto:advertising@shellgeostar.com)

renseignements presse et médias : [media@shellgeostar.com](mailto:media@shellgeostar.com)

tél. :

fax :

adresse :



### 3.6.5 (F) - VIAMICHELIN, l'aide à la mobilité sur support numérique

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Le groupe Michelin installe ses services sur Internet, en visant trois cibles différentes : les particuliers, les professionnels de la route et les entreprises.

Extension du célèbre « guide rouge », ViaMichelin propose une sélection de 14000 hôtels et restaurants et des lieux de camping en France, disponible sur téléphone mobile WAP et qui bénéficie de la géolocalisation. Sur le site Internet, des itinéraires, des cartes, des infos trafic et météo détaillées et constamment actualisées sont également proposées, ainsi qu'une galerie de portraits historiques, géographiques, pratiques, des événements culturels et des reportages sur les régions et villes de France (magazine touristique on-line). Un bulletin d'info individuel peut être également adressé sur GSM. Un mode de recherche des villes par géolocalisation (repérage automatique de la position de l'utilisateur) ou grâce à une saisie manuelle à partir de son téléphone mobile.

\* La sélection Michelin 2002 mise à jour et disponible à tout instant en format numérique.

\* Une information riche mais compacte, idéale sur un écran WAP pour aller à l'essentiel en un temps minimum.

\* Une ergonomie simple et intuitive ; une aide accessible sur chaque page du site pour comprendre la signification de chaque icône du fameux Guide Rouge.

ViaMichelin Poids Lourds est un outil entièrement dédié aux professionnels de la route. Son but est de répondre aux besoins de préparation et de planification des trajets d'une flotte de véhicules professionnels, en France et en Europe grâce à des itinéraires sur-mesure tenant compte des caractéristiques des véhicules : la cartographie Michelin offre des plans d'accès de nombreuses zones d'activité sur 43 pays d'Europe, une mise à jour régulière des prix des péages et une liste de plus de 50 000 stations-service en Europe.

ViaMichelin a également développé une branche « Business services » qui propose des solutions cartographiques sur le site Internet de l'entreprise, pour aider ses clients à se rendre dans ses points de vente ou dans ses bureaux et permettre à l'entreprise de se rapprocher de ses clients et d'établir, via Internet, une relation de type « one to one ».

#### 2. MOTS CLEFS

voiture - automobiliste - géolocalisation - tourisme - Internet - WAP - péage - transporteur routier - entreprise - TIC - GSM - GPS - itinéraire

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

FRANCE

En quelques années, informatique et télématique ont révolutionné "l'aide au voyage". Le Minitel a repris le service de l'ancien Bureau d'Itinéraires sous la forme d'un conseil routier immédiat, personnalisé et peu onéreux. La numérisation des cartes et le repérage par satellite (GPS) ont ensuite apporté une aide décisive à la "navigation", tandis que les informations routières et touristiques Michelin constituaient une exceptionnelle banque de données au service de l'automobiliste.

Ouvert en 1997, le site Internet [www.michelin-travel.com](http://www.michelin-travel.com) a souhaité offrir un accès à plus de 48 pays, soit plus de 2 000 000 km de routes, près de 150 000 localités et plus de 60 000 établissements du Guide Rouge. Trois mises à jour par semaine prennent en compte les évolutions de l'infrastructure routière au niveau européen, garantissant ainsi à l'automobiliste la fiabilité de sa feuille de route.

En 2001, MICHELIN crée sa filiale ViaMichelin, se donnant ainsi les moyens de devenir un fournisseur majeur de services innovants dans le domaine de l'aide à la mobilité. Le site [www.michelin-travel.com](http://www.michelin-travel.com) devient [www.ViaMichelin.com](http://www.ViaMichelin.com)

#### 4. OBJECTIFS

Rendre la route facile aux conducteurs, qu'ils soient particuliers, professionnels du transport ou entreprises, en proposant une gamme de services en ligne adaptée à chaque catégorie de public.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche.

#### 6. COMMUNICATION

Via Internet <http://www.viamichelin.com>.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

ViaMichelin a pour ambition de devenir le compagnon de route indispensable, rapidement accessible depuis tous les types de terminaux fixes ou mobiles (ordinateurs, téléphones, assistants personnels numériques, terminaux embarqués...) pour aider les voyageurs à préparer leurs déplacements mais aussi pour les accompagner tout au long de leurs trajets.

#### 8. RESSOURCES

ViaMichelin est une filiale du groupe Michelin. Créée en 2001, elle se consacre aux applications d'aide à la mobilité sur supports numériques. ViaMichelin conçoit et développe une large gamme de services d'aide aux déplacements pour les usagers de la route, grand public et entreprises, sur le territoire européen.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Pas d'information à ce stade.

## 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : ViaMichelin Service Relations Clientèle

web site : <http://www.viamichelin.com> et Guide Rouge Michelin pour assistant personnel (ou PDA) sur [www.ViaMichelin.fr](http://www.ViaMichelin.fr)

Le site WAP Le Guide Rouge Michelin est accessible sur le portail Orange dans :

[orange.fr](http://orange.fr) > A proximité

[orange.fr](http://orange.fr) > Se divertir > Voyage

e-mail : [contact@ViaMichelin.com](mailto:contact@ViaMichelin.com)

tél : +33.(0)

fax : +33.(0)1.55.19.57.02


adresse : 110, avenue Victor Hugo - 92 514 Boulogne – Billancourt - FRANCE

## 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

### La Young Drivers Assistance :

Les membres du Responsible Young Drivers et du Secura Forum se mobiliseront toute la nuit du réveillon de l'an 2000 pour leur désormais traditionnelle Young Drivers Assistance. Pour la neuvième année consécutive, l'ensemble des Actifs des RYD et du Secura Forum seront sur la brèche pour reconduire les fêtards chez eux en toute sécurité. Le but des RYD-SF n'a jamais été d'être un "transport alternatif" mais de mobiliser l'opinion en donnant l'exemple d'une prise de conscience.

Sans occulter les nombreuses et diverses activités de l'association, la Young Drivers Assistance du nouvel an a incontestablement contribué à la notoriété des RYD.



**Comment faire appel aux RYD la nuit du réveillon :**

Voici, étape par étape, les conditions à remplir et la marche à suivre pour faire appel aux Responsible Young Drivers la nuit du réveillon :

- Être venu en voiture (avec des papiers en ordre) sur le lieu du réveillon (les piétons, cyclistes et motards sont donc exclus), ne pas être un groupe de plus de 4 personnes et ne pas habiter à plus de 50 km de son lieu de fête.
- Appeler le 0900/10.321 entre minuit et 8 heures du matin.
- Communiquer à l'opérateur l'adresse où l'on se trouve, ainsi que l'adresse où l'on souhaite être reconduit.
- Attendre l'arrivée des 2 bénévoles RYD. Lorsque ceux-ci sont sur place, ils vérifient les papiers du véhicule. Un des deux bénévoles prend alors le volant et ramène les fêtards chez eux. Arrivé à bon port, ne pas oublier de le remercier chaleureusement.

Les accidents chez les jeunes ont trois causes fondamentales : l'inexpérience, l'inconscience, le conformisme. Alcool, vitesse et drogue ne sont que des facteurs aggravants !

Pour agir... Un seul mot d'ordre : la sensibilisation à une conduite responsable, par les jeunes et pour les jeunes. De ce constat est née l'association Responsible Young Drivers –RYD–. Chaque année elle mobilise plus de 150 actions locales et 4 opérations d'envergure nationale.

Exemple : l'Action Point Rouge balise à titre symbolique un certain nombre de points particulièrement dangereux pour rappeler la nécessité d'être responsable au volant.

Un panneau seul sur chaque lieu ne fera aucun effet, mais en placer 5 à 6 sur une distance de 200 à 300 mètres, aux endroits où se sont déjà produits des accidents graves, voire mortels, va attirer le regard. Le dernier est plus symbolique que les précédents, il vise à créer un effet de surprise chez le conducteur, à lui faire prendre conscience que malgré les effets très positifs des RYD sur la diminution des accidents de la route, le danger existe toujours.

## 2. MOTS CLEFS

voiture – automobiliste – état d'ivresse – ébriété – accompagnement – danger – vitesse – service à la demande – sécurité

## 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Bruxelles, BELGIQUE

Lors du lancement de l'association en 1992, il s'agissait de reconduire plus 150 fêtards dans Bruxelles. Elle disposait pour ce faire de 5 voitures. Un an plus tard, le 31/12/1993, les RYD étaient présents dans 10 villes belges et disposaient de 40 véhicules. Fin 1994, 1500 personnes étaient ramenées à bon port, avec 57 voitures.

Ces dernières années, l'opération s'est étendue à 13 villes avec 120 voitures et les effectifs ont doublé.

## 4. OBJECTIFS

Chacun sait que tout chauffeur devrait s'abstenir de boire. Souvent la tentation est trop forte pour pouvoir y résister. Durant la nuit de la Saint-Sylvestre, et à d'autres moments clefs de l'année, les Responsible Young Drivers montrent l'exemple en reconduisant à bon port les personnes qui ne seraient plus en état de conduire, dans le propre véhicule de ces derniers. Le message est clair : « Conducteurs, ne buvez pas ! Mais si vous avez bu, nous vous reconduirons sains et saufs chez vous avec votre véhicule. »

## 5. VISION DE L'UTILISATEUR

8000 adhérents soutiennent l'action des RYD.

## 6. COMMUNICATION

- via un web site détaillé, avec des messages clairs et dynamiques, par exemple spécifiquement adressés aux jeunes, tels que la « Nuit Sans Accident » : « une fois l'an, les RYD sont présents toute la nuit dans une cinquantaine de discothèques de Belgique pour informer et sensibiliser les jeunes qui comme toi, peut-être, sortent. Les RYD proposent aux chauffeurs de prendre un engagement : montrer qu'ils peuvent reprendre leur voiture sobres. Les RYD leur demandent de s'identifier en portant un bracelet inamovible 'Dry Driver'. En fin de soirée, quand le "Dry Driver" sort de la boîte, les RYD lui proposent de tester son engagement en utilisant, par exemple, un éthylotest. Si son engagement est respecté, il est récompensé par les cadeaux des partenaires de RYD (cfr. Ressources). Sinon, il est encouragé à ne pas prendre son véhicule ou à le confier à un(e) ami(e) sobre. Les RYD ne se veulent pas répressifs ou négatifs, ils proposent toujours aux jeunes la solution la plus simple et de toute évidence la plus raisonnable.
- publications saisonnières dans des quotidiens spécialisés, avec appel à devenir membre adhérent de l'association (par le remplissage d'un bulletin)

EN 1998 LES RYD ONT MENE UNE VASTE OPERATION ENGLOBANT UN PLAN MEDIA (TELE, RADIO, PRESSE ET AFFICHAGE), UNE PRESENCE DANS LE RESEAU RENAULT, DANS LES STATIONS FINA ET AGENCES UNIQUE INTERIM ET PLUS DE 10.000 INVITATIONS A DES AVANT-PREMIERES DE CINEMA.

« SACHE QUE TU PEUX ETRE LE PROCHAIN ACTIF DE NOTRE FONDATION. POUR CELA, CLIQUE ICI POUR [L'ENGAGEMENT AUX RYD](#). »

**Les Responsible Young Drivers :**

Par une nuit pluvieuse d'octobre 1989, un jeune de 20 ans s'est tué au volant suite à un dérapage incontrôlé : accident stupide comme il y en a tellement, une jeune victime comme souvent ! Sa mort fut durement ressentie par ses proches et ses amis. Outre la douleur, elle suscita une grande révolte. Ainsi est née la Fondation Tanguy Moreau de Melen- Responsible Young Drivers.

La Fondation Tanguy Moreau de Melen - Responsible Young Drivers a été créée par des jeunes conscients que la catégorie des moins de 25 ans détient le triste record de mortalité sur nos routes.

Outre les circonstances propres à chaque accident, nous constatons que trois causes reviennent le plus souvent :

- 1. L'inexpérience :** Ce n'est pas avec une formation et un examen de conduite que le jeune sera prêt à affronter tous les pièges de la route. Le conducteur n'arrive d'ailleurs jamais à la maîtrise parfaite de son véhicule même après des années de conduite et des dizaines de milliers de kilomètres.
- 2. L'inconscience :** Les jeunes ont moins conscience du danger que leurs aînés.
- 3. Le conformisme :** Bien que la mode du conducteur sportif, pied au plancher, cheveux au vent, ait perdu de son prestige, la vitesse et l'audace restent trop souvent la mode véhiculée par les médias. On peut mourir de n'avoir pas su dire "non" ou d'avoir écouté le "vas-y, force !".

A tout cela s'ajoutent l'alcool, la drogue ou encore les médicaments, facteurs aggravants dans tout accident.

**Nos souhaits :**

- Motiver un maximum de jeunes à nous rejoindre et devenir un adhérent des Responsible Young Drivers, ce qui implique de respecter nos trois règles d'or :
  1. Toujours mettre sa ceinture de sécurité;
  2. Ne pas conduire sous l'influence de drogues ou d'alcool;
  3. Ne jamais prendre de risques inutiles au volant;
- Organiser des stages de maîtrise automobile pour nos membres;
- Amener les gens à se responsabiliser au travers de nos actions.

Autrement dit, nous essayons de promouvoir un nouveau comportement au volant conscient et responsable.

**Les Responsible Young Drivers de Bruxelles**

L'Atelier de Bruxelles des Responsible Young Drivers a vu le jour en 1999 et, de puis lors, n'a pas cessé de développer ses actions au grand public.

En temps achevé, 1300 adhérents ont 300 ans actifs et participent régulièrement aux actions.

Tout projet que toutes ces propositions, âgées de 17 à 23 ans sont bénévoles et que l'adhésion aux RYD est entièrement gratuite. L'Atelier est géré par le "Bureau" qui assure le bon fonctionnement du mouvement dans la ville de Bruxelles.

**AU VOLANT t'AS quel âge ?**

### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Un niveau de sécurité nettement augmenté sur les routes, ce dont témoignent les résultats constatés par les enquêtes de l'Institut Belge de Sécurité Routière -IBSR-. Une diminution sensible des accidents, particulièrement les soirs de fête où les conducteurs, même sobres, baissent leur niveau d'attention.

La page Internet des RYD présente quelques [statistiques de l'IBSR](#) (Institut Belge de Sécurité Routière) démontrant que les efforts ne sont pas vains.

Nombre de tués sur la route par an			
Année	Total	18-25 ans	18-25 ans / Total
1994	1 692	431	26.0%
1999	1.397	287	20.0%

Nombre de personnes décédées dans les 30 jours suivant l'accident et de blessés graves			
Année	Total	18-25 ans	18-25 ans / Total
1994	15 695	4 077	26.0%
1999	10.643	2.325	21.8%

Le nombre total de tués et de de blessés graves sur les routes a diminué de 33 % entre 1994 et 1999. Si on s'intéresse aux 18-25 ans, il a diminué de 43%, diminution plus conséquente encore. On remarque donc dans les deux cas une plus forte diminution chez les jeunes. Ces statistiques nous montrent que les jeunes peuvent s'engager à adopter un comportement responsable. En effet, les jeunes ne sont pas plus dangereux sur la route, que du contraire.

1990	1997	1999
Nombre de victimes sur la route : 19 455 (tués ou blessés graves)	Nombre de victimes sur la route : 12 796 (tués ou blessés graves)	Nombre de victimes sur la route : 11.818 (tués ou blessés graves)
Proportion des jeunes : plus de 30%	Proportion des jeunes : 23.1%	Proportion des jeunes : 21%

Au cours des nuits de week-end, le nombre de conducteurs de 18 à 24 ans impliqués dans un accident grave a baissé de 51%, en 1998 par rapport à 1991. Depuis 1990, les statistiques des morts et blessés graves montrent une diminution de 34.2%. Ces résultats sont plus qu'encourageants et sont dus aux campagnes de la sécurité routière et aussi aux associations qui ont amené un changement dans le comportement des jeunes au volant.

### 8. RESSOURCES

Projet supporté financièrement par Renault, la compagnie d'assurance-assistance SMAP et Totalfina.

### 9. LEÇONS À RETENIR

Les RYD veulent attirer l'attention des pouvoirs publics sur le fait que leurs efforts sont porteurs d'espoirs (moins 53% d'accidents de WE impliquant un jeune conducteur, de 1991 à 1996), et qu'il faut continuer dans le sens de leur méthode pédagogique basée sur la responsabilisation, les messages positifs et le dialogue de jeunes à jeunes.

Défi 99 était un programme des RYD qui couvrait 5 années (de 1995 à 1999) et dont l'objectif était de réduire de moitié le nombre des jeunes victimes de la route. Cet objectif est atteint, néanmoins, les jeunes restent surreprésentés et le combat doit continuer !

## 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Responsible Young Drivers –RYD-

web site : <http://users.skynet.be/ryd>

e-mail : [info@ryd.be](mailto:info@ryd.be)

tél. : +32.(0)2.513.39.94

fax : +32(0)2.502.43.50

adresse : 30/2, boulevard de l'Abattoir - 1000 Bruxelles - BELGIQUE

### 3.6.7 (NL) – Le « van-pooling » pour des navetteurs

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Le van-pooling est un nouveau concept de déplacement vers le lieu de travail. Un maximum de 9 employés partagent un minibus (de luxe) pour leur navette, un ou plusieurs d'entre eux assurent aussi la fonction de chauffeur du minibus.

#### 2. MOTS CLEFS

voiture - attentes des clients - covoiturage - confort - fréquence - infrastructures - qualité - service à la demande - temps

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Rotterdam, PAYS-BAS

Trois projets ont été couronnés de succès dans la région portuaire de Rotterdam, par l'introduction du concept de van-pooling pour les employés de trois grandes entreprises. Au total, 20 minibus sont en service sur le site de démonstration.

#### 4. OBJECTIFS

Offrir une alternative à la voiture privée sur des trajets professionnels pour lesquels le transport en commun n'existe pas. Pour ce faire, il faut se procurer des minibus ; penser à la formation de nouveaux groupes d'utilisateurs, constitués d'après une procédure de sélection spécifique et démontrer les effets des nouveaux van-pools en service.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

L'utilisateur au sens propre est le voyageur. Il y trouve une certaine flexibilité, une économie de temps, en bénéficiant d'une forme de transport à la carte et le concept de voyage en groupe est perçu comme agréable. Sinon « utilisateur » du concept, l'employeur en est également bénéficiaire, il peut diminuer le montant des indemnités de déplacement de ses employés et libère des places de parking alentour de ses bureaux (pour accueillir ses clients ou ses visiteurs).

#### 6. COMMUNICATION

Information aux entreprises sur demande et publicité dans des revues professionnelles. Site web [www.vipre.nl](http://www.vipre.nl).

Cette initiative est étudiée parallèlement dans le projet européen CIVITAS, cfr. "Description of Work" ANNEX A TELLUS Project descriptions. GROWTH Project GRD1-2001-41801 "TELLUS" p.26 Description of Civitas Projects (langue d'origine : anglais).

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

Une demande croissante pour un mode de transport flexible entre le domicile et le lieu de travail par moyen de van-pooling, ceci est corroboré par le fait que de plus en plus souvent les grandes entreprises viennent s'installer dans les centres des villes où le trafic en voiture privée devient chaque jour plus difficile. Une croissance de la demande du transport travail-domicile flexible par van-pooling est attendue en conséquence.

#### 8. RESSOURCES

La ville prévoit des dotations d'environ € 0,015 par kilomètre-voyageur.

Au sein des entreprises les employés ne touchent plus d'indemnité de déplacement, celle-ci est directement versée par l'employeur à l'organisation de van-pooling.

#### 9. LEÇONS A RETENIR

- Les coûts opérationnels doivent être réalistes : la même initiative avec des minibus électriques a été arrêtée par ce que les coûts étaient trop élevés.
- Le système de trafic en commun en sites propres doit être élargi et promu, également avec l'appui des autorités.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Jos MENS, Directeur VIPRE Nederland

institution / entreprise : VIPRE Nederland

web site : [www.vipre.nl](http://www.vipre.nl)

e-mail : [jmens@vipre.nl](mailto:jmens@vipre.nl)

tél. : +31.10.491.66.29

fax : +31.10.

adresse : VIPRE Hoofdkantoor - Croy 7-G - L-5653 LC Eindhoven – PAYS-BAS



**Cette expérience vient d'être arrêtée d'après un accord conjoint entre les compagnies Shell et AXA, partenaires de ce projet. Cfr. [www.shellpolis.nl](http://www.shellpolis.nl)**

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Shell Pays-Bas propose une formule d'assurance auto et assistance voyage, sur le tarif de laquelle une réduction, jusqu'à concurrence de 10%, est accordée lors de chaque passage à la pompe Shell. Inscription et consultation possible via le web site.

#### 2. MOTS CLEFS

voiture – web site – assurance – assistance

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

PAYS-BAS

#### 4. OBJECTIFS

Elargir le panier de services proposés par la compagnie pétrolière, en restant cependant dans le « créneau automobile » et via des actions de promotion commerciale couplées à l'offre de service d'assistance.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Aucune étude de marché ne nous est connue à ce jour.

#### 6. COMMUNICATION

Page Internet [www.shellpolis.nl](http://www.shellpolis.nl).

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

#### 8. RESSOURCES

#### 9. LEÇONS À RETENIR

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Shell Pays-Bas

web site : [www.shellpolis.nl](http://www.shellpolis.nl)

e-mail :

tél. : +31.

fax : +31.

adresse : PAYS-BAS

## **2.7 Intermodalité**



### 3.7.1 (F) - La Maison du Temps et de la Mobilité



#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Une vie ne peut être épanouie si l'individu, homme ou femme, n'a pas de temps à consacrer à ses activités professionnelles, familiales ou de loisirs et aux démarches administratives. Le nombre sans cesse croissant de femmes ayant un emploi a considérablement diminué les possibilités d'accès, pour un ménage, aux services publics et aux commerces. Une réévaluation de leurs heures d'ouverture était devenue nécessaire.

La Maison du Temps et de la Mobilité œuvre pour une harmonie des temps de la ville et la gestion de la mobilité urbaine par un éventail d'actions cohérentes et la recherche de nouvelles idées.

La Maison de Temps et de la Mobilité souhaite favoriser l'émergence de réponses adaptées aux problèmes de la vie quotidienne par la concertation entre les différents acteurs concernés : population, entreprises, administrations, salariés, syndicats, associations, universités, collectivités locales

AXES DE TRAVAIL : 1. Observation - 2. Sensibilisation-Négociation - 3. Expérimentation - 4. Echanges et transferts.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – temps – sensibilisation – covoiturage – qualité – environnement – entreprise – information – urbain – gestion – services publics – intermodalité

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Belfort, FRANCE

Milan, ITALIE

Au printemps 2001 l'Italie a adopté une loi encourageant les municipalités de plus de 50000 habitants à créer un bureau du temps. Une faculté universitaire entièrement consacrée à l'étude du temps des villes pourrait également voir le jour prochainement.

Constat : Chacun jongle avec le temps et se heurte aux horaires de la vie collective : transports, services privés et publics... Au fil des années, les temps se sont individualisés, sous l'effet du développement de la société de services et de la flexibilité du travail ; le « 8 h-midi, 2h-6h » qui organisait la vie personnelle et collective a vécu. Le fonctionnement de la cité est devenu de plus en plus inadapté aux évolutions de modes de vie. Il était temps de prendre le temps d'y réfléchir...

#### 4. OBJECTIFS

Objectifs généraux :

- améliorer la qualité de vie des habitants
- décloisonner les pratiques dans des cadres qui dépassent les limites administratives et les compétences de chacun, en mobilisant l'ensemble des acteurs économiques, sociaux, institutionnels ou universitaires
- développer un pôle de compétence sur les questions de mobilité et de temporalité
- renforcer l'image et l'attractivité du Territoire de Belfort

Objectifs spécifiques :

- analyser les différentes populations de la ville, celles qui y vivent, celle qui viennent y travailler et les autres, qui visitent la ville par affaire ou pour les loisirs ;
- étudier les besoins de mobilité de ces différentes clientèles et pourvoir élever la qualité de l'offre de transport ;
- organiser les services urbains pour répondre à une plus grande satisfaction de la population ;
- sensibiliser la population à travers des forums ;
- expérimenter des solutions innovantes en termes de transport à la demande, de covoiturage, de plans de déplacements d'entreprises... ;
- favoriser les échanges et transferts d'expériences avec d'autres territoires (benchmarking).

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Disposer d'un lieu précis où il peut trouver de l'information et une réponse à ses questions relatives aux déplacements.

#### 6. COMMUNICATION

PAR LE BIAIS DU SITE DE LA MAISON DU TEMPS ET DE LA MOBILITE [WWW.MAISONDUTEMPS.ASSO.FR](http://WWW.MAISONDUTEMPS.ASSO.FR) ET

« HARMONISER LES RYTHMES », ECONOMIE & HUMANISME, N°359 « DEPLACEMENTS ET TRANSPORTS PUBLICS – UN AVENIR POUR LA VILLE », DECEMBRE 2001/JANVIER 2002, P. 52.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Réfléchir à des solutions innovantes en matière des services de transports, d'infrastructures urbaines et de disponibilité des services publics et les mettre en œuvre, en agissant en « facilitateur » de la vie en ville.

## 8. RESSOURCES

Créée le 15 juin 2001 sous statut associatif, à l'initiative du Conseil Général du territoire de Belfort, avec le soutien de la DATAR (Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action régionale), de la Direction départementale de l'Équipement (DDE), de la CCI et de nombreux acteurs locaux, la Maison du Temps et de la Mobilité dispose pour son démarrage, d'un financement du Conseil général 90 et de la DATAR. La recherche d'autres financeurs est en cours.

## 9. LEÇONS À RETENIR

D'autres bureaux du temps ont vu le jour ces dernières années. Milan fut pionnière en cette matière et l'Italie, berceau du projet du temps des villes, sous l'impulsion de groupes de femmes et du parti communiste.

## 10. CONTACTS

nom / titre : M. Luc GWIAZDZINSKI, géographe - Directeur

institution / entreprise : Maison du Temps et de la Mobilité

web site : <http://www.maisondutemps.asso.fr>

e-mail : [luc.gwiazdzinski@maisondutemps.asso.fr](mailto:luc.gwiazdzinski@maisondutemps.asso.fr)

tél. : +33.(0)3.84.90.17.00

fax : +33.(0)3.84.90.17.01

adresse : 7 Plumeré - 90000 Belfort - FRANCE

### 3.7.2 (NL) – Gestion d'une mobilité durable par la mise en place d'un concept de navettes

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Un centre d'information pour les navetteurs est sur le point d'être fondé à Rotterdam. Ce nouveau service sera soutenu par une vaste campagne de publicité afin de s'assurer que l'information puisse atteindre le groupe-cible (les employés de la région). Ensuite, une information on-line viendra compléter le centre d'information actuel.

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité - environnement - information - service à la demande

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Rotterdam, PAYS-BAS

La gestion de la mobilité communie auprès des employeurs locaux du Traffic Demand Management –TDM- et a mis sur pied des comités temporaires où les autorités publiques locales, les agences de transports publics et les grands employeurs des zones sélectionnées se réunissent autour d'une réflexion commune.

#### 4. OBJECTIFS

Inventer un concept de transport durable pour les navettes domicile-lieu de travail.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

L'employé est parfois désorienté par l'offre fragmentée des divers modes de transport et il peut éprouver des difficultés à contacter l'opérateur. ce projet généraliste, destiné à des groupes d'employés peut répondre à ses interrogations et l'aider à utiliser plus fréquemment le réseau public ou à devenir membre d'une équipe de covoiturage u à faire usage de sa bicyclette pour rejoindre un autre mode de transport.

#### 6. COMMUNICATION

Diffusion de dépliants et de posters et service d'information on-line (website/e-mail/intranet des entreprises) sur les transports publics, le covoiturage, le Park & Ride, le vélo et sur les infrastructures qui « aident » ces types de déplacement, ainsi que les incitants fiscaux proposés aux usagers.

Le projet de recherche européen CIVITASD étudie également ce nouveau service de mobilité, cfr. "Description of Work" ANNEX A TELLUS Project descriptions. GROWTH Project GRD1-2001-41801 "TELLUS" p.38 Description of Civitas Projects.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

Une diminution substantielle des déplacements individuels en voiture, en proposant des alternatives viables, du « transport à la carte », calqué sur les temps, les origines et destinations des usagers, les motifs de déplacement...

#### 8. RESSOURCES

Financement partiel de l'Union Européenne et financement structurel complémentaire apporté par l'autorité régionale.

#### 9. LEÇONS A RETENIR

[PROJET AU STADE DU DEMARRAGE]

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Dick VAN LOON

institution / entreprise : VCC-R

web site : [www.vccrijnmond.nl](http://www.vccrijnmond.nl)

e-mail : [d.van.loon.vccr@wxs.nl](mailto:d.van.loon.vccr@wxs.nl)

tél. : +31.10.400.71.68

fax : +31.10.400.66.85

adresse : Boompjes 40 - 3011 XB Rotterdam - PAYS-BAS

### 3.7.3 (FIN) - Système de carte sans contact dans les transports publics d'Helsinki

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Introduction de la technologie « sans contact » sur le réseau de transports publics d'Helsinki, réseau composé de bus (1400), de trams (100), de métro léger, de métro (16 stations), de trains de banlieue (167 convois et 34 gares) et d'un ferry (4 terminaux). Ceci représente quelque 3000 lecteurs et 400 points de vente et de rechargement de la carte à puce. Le staff opérationnel du système de carte à puce se compose de quelque 3300 conducteurs de bus et trams, de vendeurs installés en mezzanine ou aux points d'info du réseau, des conducteurs de trains locaux, des contrôleurs, du personnel d'enquête téléphonique, du personnel de logistique des cartes à puce, du personnel administratif et des gestionnaires opérationnels, de maintenance et du support informatique du système.

La « Travel Card » sera mise en service sur les réseaux de Helsinki, Espoo, Vantaa et Kauniainen courant 2002. Aux actuels titres 30-jours et aux abonnements annuels va se substituer un système flexible permettant à l'utilisateur de recharger sa carte pour un laps de temps choisi par lui. Les cartes de 10 voyages seront remplacées par la possibilité de recharger sa « Travel Card » selon un montant défini. Cette dernière fonctionnalité n'entrera en service qu'un peu plus tard d'ailleurs. Jusque fin 2002, une période de transition est prévue, au cours de laquelle les deux types de cartes, ancienne et nouvelle, seront acceptées.

Le maillage serré du réseau de points de vente permettra à l'utilisateur de recharger sa carte dans de multiples endroits (comptoirs municipaux, services de Helsinki City Transport (HKL), kiosques, bureaux d'émission des billets de chemin de fer et automates en stations. Chaque endroit sera clairement estampillé du logo « Travel Card ».

L'acquisition de la carte à puce reviendra à € 5,05 ; elle sera valable quatre ans à compter de la date d'achat. Une série de renseignements personnels au détenteur de la carte sera enregistrée sur celle-ci ; s'il vient à la perdre, il peut en appelant le n° 1561 600 se mettre sur liste noire et en empêcher ainsi toute utilisation frauduleuse. Une carte passée sur liste noire ne pourra être réutilisée et l'utilisateur devra alors en acquérir une nouvelle. Par contre, les renseignements personnels et la valeur pécuniaire de la carte annulée pourront être transférés sur la nouvelle carte par les services municipaux qui demanderont une faible participation aux frais de gestion de cette opération.

La « Travel Card » devra toujours être présentée au lecteur à l'entrée d'un véhicule ou d'une station. Si elle est prévue pour un laps de temps prédéfini et que la période de transit n'est pas arrivée à terme, une lumière verte le signalera à l'utilisateur. Si la carte a été rechargée en cash, l'utilisateur peut acheter un titre de transport et sa carte sera automatiquement débitée du montant du titre. A nouveau une lumière verte apparaîtra sur le lecteur.

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité – transports publics – autobus – tramway – métro léger – métro – train – ferry - carte à puce - technologie sans contact – TIC – borne interactive – billetterie – gestion – fraude – fiabilité – sécurité – aménagement – urbain - gestion

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Helsinki, FINLANDE

Le concept de « Travel Card » de Helsinki s'applique à un réseau des plus diversifiés. De nombreux pays ont déjà introduit la carte à puce comme moyen de paiement des transports publics, la plupart du temps dans de petites villes. En Finlande, Oulu fut pionnière (en 1992) et le système de carte à puce est déjà effectif à Tampere et Turku. Des projets de plus grande envergure géographique ne concernent souvent que quelques modes de transport ou quelques opérateurs. Des projets de la taille de celui de Helsinki, qui intègre tous les modes, n'ont été vus jusqu'ici qu'à Londres (Cfr. fiche 'PRESTIGE' en détails) et Hong Kong.

#### 4. OBJECTIFS



Introduire un nouveau produit de billetterie qui :

- \* simplifie l'achat et l'utilisation des tickets, dans un système intégré comprenant des modes très variés ;
- \* assure une fiabilité et une sécurité maximisées ;
- \* dynamise et élargit son panel de clients, par le biais de nouvelles facilités offertes, la vitesse de transaction entre autres ;
- \* confère au réseau de Helsinki une image résolument moderne.

Le projet de carte sans contact à Helsinki s'articule sur deux axes : le premier concerne l'équipement des véhicules, des gares, des comptoirs de vente et les systèmes informatiques directement appropriés, le second traite de la constitution de la banque de données du système, de l'encodage des informations ad hoc dans les dispositifs électroniques de vente de titres de transport.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Fin 1995, une enquête a été menée auprès des passagers pour connaître leur sentiment quant à un nouveau système de tarification. Les résultats ont insisté sur le taux d'acceptabilité élevé d'une carte à puce.

Le Helsinki Metropolitan Area Council (YTV) avait déjà testé, en 1992-1993, plusieurs types de cartes électroniques dans les services de transports publics de l'agglomération de Helsinki. Ces tentatives ont conduit à une réponse favorable de la part des autorités de la ville pour la mise sur pied du nouveau système de billetterie.

#### 6. COMMUNICATION

Site du projet de la carte sans contact [www.ytv.fi/english](http://www.ytv.fi/english) et essentiellement via le réseau de points de vente de la nouvelle carte. Information initiale trouvée dans « International Railwayjournal – rapid Transit Review », sept. 1999, p. 48 - UITP database et dans « La billetterie sans contact », dossier préparé par la Commission des technologies de l'information et de l'innovation de l'UITP, mars 2001.

## 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT


Une première phase s'est soldée fin 2000 avec l'installation de nouvelles pointeuses dans les bus et les trams. Une seconde a démarré à l'automne 2001, avec l'apparition des premières « Travel Cards », qui ne sont rien d'autres que des morceaux de plastique rechargeables...

A terme, c'est l'augmentation du nombre de clients, attirés par un éventail de facilités nouvelles d'utilisation des transports publics qui est visée.

## 8. RESSOURCES

Partenaires :

- Helsinki City Transport (HKL), Project Manager : Seppo Haataja
- VR Limited (compagnie de chemins de fer)
- Helsinki Metropolitan Area Council (YTV), Project Leader : Frank Burmansson

Fournisseur ayant toute responsabilité : 

## 9. LEÇONS À RETENIR

Une étude coûts/bénéfices a démontré que la carte sans contact apporte une base plus solide pour la planification du transport public, avec des économies à la clef ; elle accroît, de par sa flexibilité, l'utilisation du réseau de transports publics ; elle diminue la fraude ; elle accélère la gestion des ventes de titres auprès des fournisseurs du service.

Commentaires d'un responsable de la mise en œuvre du projet, Niilo JÄRVILUOMO :

- La meilleure solution dans ce genre de projet est de n'avoir qu'un acheteur et qu'un fournisseur.
- Le contractant doit détailler minutieusement les pré-requis opérationnels.
- Une liberté d'action doit être laissée au fournisseur en matière de décisions techniques.
- Il est important d'implanter ce type de projet en phases successives, partant d'un « noyau » auquel viendront s'ajouter différents aspects complémentaires de service.
- Le respect des know-how de chaque partie contractante est un gage de succès de l'initiative.
- Les lignes de force du projet n'ont pas à être modifiées après son démarrage.
- Des synergies sont essentielles pour le développement des technologies nouvelles, dans ce cas précis, cela suppose d'aller au-delà des « frontières du transport ».
- Pour l'exploitant de transport le porte-monnaie électronique constitue un moyen privilégié d'interopérabilité, permettant d'éviter les coûts des opérations de compensation ; de leur côté, les banques reconnaissent que le porte-monnaie électronique dans le transport est un support idéal ; c'est la raison pour laquelle toutes les normes de porte-monnaie électronique convergent vers une fusion avec les systèmes de transport.

## 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Niilo JÄRVILUOMO, Directeur des Transports

institution / entreprise : Helsinki Metropolitan Area Council (YTV)

ou

nom / titre : Frank BURMANSSON, Project Leader (09) 156 1282

Heikki SAHLSTEN, Project Manager (09) 156 1410

institution / entreprise : YTV TRANSPORT DEPARTMENT

web site : <http://www.ytv.fi/english> >> TRAVEL CARD PROJECT <http://www.matkakortti.net/english>

email: [ytv@ytv.fi](mailto:ytv@ytv.fi) ou [matkakortti@ytv.fi](mailto:matkakortti@ytv.fi)

tél. : +358.(0)9.156.11

fax : +358.(0)9.156.1369 - TRAVEL CARD PROJECT +358(0)9.156.1455

adresse : P.O.Box 521 - 00520 Helsinki ou Opastinsilta 8 E - 00520 Helsinki - FINLANDE

### 3.7.4 (EUR)- CALYPSO, le passe urbain multi-services

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

CALYPSO EST UNE SOLUTION MULTI-SERVICES, DEVELOPPEE SUR L'ENSEMBLE DES SERVICES DE LA VILLE ET VALABLE POUR ACCEDER A CHACUN D'ENTRE EUX, UN PASSE URBAIN EN SOMME. IL PRESENTE UN VOLET « TICKETING » POUR LE CONSOMMATEUR ET, POUR L'ENTREPRISE, UNE PALETTE DE FACILITES DE GESTION, TELLES QUE LE CALCUL DE STATISTIQUES DE FREQUENTATION ET/OU D'UTILISATION, LE DEVELOPPEMENT DE PROGRAMMES DE FIDELISATION DE LA CLIENTELE, DES INTEGRATIONS TARIFAIRES... LE PORTE-MONNAIE ELECTRONIQUE FRAPPE A LA PORTE. ET D'AUTRES SERVICES POURRAIENT AUSSI ETRE INSERES AU PASSE URBAIN : SERVICE D'URGENCES, INFORMATIONS DIVERSES ET VARIEES, RESERVATIONS...

Le passe CALYPSO se présente sous trois formes : le « minipass », pour un usage unique, proposé aux clients occasionnels ; le « pass », incluant des services de transport et d'autres services publics urbains ; le « maxipass », combinant aux fonctions déjà citées, celles d'émission-réception de données, d'affichage d'informations...

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – carte à puce – technologie sans contact - parking – services publics – réservation – borne interactive – intermodalité

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Paris, FRANCE

CALYPSO est née de l'expérimentation faite du projet européen Icare, entre 1996 et 1998, et de l'intégration de la nouvelle technologie expérimentée dans un environnement multi-services (1998-2000).

Le projet a été validé dans des contextes urbains différents : Constance, Paris, Lisbonne, Venise et Bruxelles ont, à ce jour, « participé » à la mise en œuvre du projet.

26 partenaires (en France, Italie, Allemagne, Portugal et Belgique) issus du transport public, de la banque, du secteur des services et de laboratoires de recherche ont partagé leurs connaissances pour développer le projet CALYPSO.

#### 4. OBJECTIFS

Rencontrer les besoins des citoyens en leur proposant une carte multi-services, née dans le secteur transports, nécessitant ou non le « contact », pour le paiement d'une gamme de produits et l'accès à une palette de services offerts par la ville, dont ceux de transport.

Objectifs spécifiques à la base du projet :

- Naissance à travers un partenariat de plusieurs villes européennes et la conduite de 2 projets Européens ICARE et CALYPSO, pour promouvoir et définir une solution de télébilletterie et l'émergence d'un standard.
- Volonté de développer les spécifications d'une technologie ouverte, accessible aux industriels à travers l'achat de licences.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

- La relation client
  - meilleure accessibilité du transport (diversifier lieux de distribution, moyens de paiement, faciliter l'accès),
  - relation client personnalisée (identification, fidélisation, produits tarifaires personnalisés),
  - nouveaux services (PME, parking...)
- La gestion de l'entreprise
  - lutte contre la fraude,
  - meilleure fiabilité,
  - adaptation de l'offre à la demande (statistiques).

#### 6. COMMUNICATION

Participation aux congrès et conférences de l'IUTP, UTI, ITS. Participation à des clubs de réflexions VDV, Kontiki, BVG.

Participation dans les grandes instances de normalisation IOPTA, e-Europe, ISO.

Participation aux différents salons liés à la technologie et aux transports : Bologne, Smartcard Paris, Omnicard Berlin, etc.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

- Une utilisation accrue de certains services (transports publics entre autres) et une accessibilité optimale à l'ensemble des fonctions de la ville supportées par le pass.
- Le développement de l'interopérabilité, par exemple à travers le projet TRIANGLE (voir également la fiche « PRESTIGE ») destiné à offrir une billetterie commune aux réseaux de trois grandes capitales (Paris, Londres et Bruxelles) reliées par un TGV, Thalys et/ou Eurostar, dans lesquels seront mis à disposition les titres de transport « TRIANGLE ».

#### 8. RESSOURCES

Les ressources financières à mettre en œuvre dépendent fortement de l'existant (billetterie papier, magnétique ou autres) et de la complexité de la réalisation attendue (statistique, compensation, gestion du relationnel clients, services offerts), il n'existe pas de réponse universelle a priori.

##### Les coûts...

- Investissements
- Personnalisation
- Vente
- Validation, Contrôle
- Formation
- Coût d'ingénierie
- Exploitation
- Maintenance

##### ... et les bénéfices attendus

- Impacts sur la fraude :
- Contrefaçons
- Validation systématique en entrée
- Possibilités d'évolutions tarifaires



## 9. LEÇONS À RETENIR

### A Paris

Les expérimentations billettiques réalisées entre 97-99 sur l'ensemble des réseaux de transport d'Ile-de-France (un quart du réseau équipé et 45 000 utilisateurs dont 3000 expérimentateurs clients dans le cadre du programme Francile) ont permis de préparer la généralisation de la télébillettique en Ile-de-France dès 2001 avec comme première étape la diffusion de la carte sans contact aux abonnés annuels et l'équipement en télé billettique du métro, du RER et du réseau banlieue de la SNCF.

Les expérimentations monétiques ont permis de valider le concept de débit en sans contact du porte-monnaie électronique Modeus, conçu par la Société Générale, les Caisses Epargne, La Poste, la RATP, la SNCF et France Telecom. Le porte-monnaie Modeus, testé sur les sites de Montparnasse et de Noisy-Le-Grand, a été très bien accueilli par les 2000 clients expérimentateurs puisqu'ils l'ont utilisé en moyenne de 4 fois par jour alors que la plupart des porte-monnaie électroniques en service n'excèdent pas une transaction par mois

### A Lisbonne

OTLIS, qui regroupe les principaux opérateurs de transport de Lisbonne, s'est associé à la SIBS, organisme bancaire émetteur du porte-monnaie national portugais PMB, pour concevoir et expérimenter la carte Billettique-Monétique, URBI. L'expérimentation, qui a eu lieu au cours de l'EXPO Mondiale 98 avec 2000 clients, sur l'ensemble des modes de transports (bus, métro, ferry, et trains) et chez les commerçants affiliés PMB, représentait une première mondiale puisque la carte associait un porte-monnaie de dimension nationale à une application transport sans contact. Les résultats concluants ont permis de décider la généralisation du concept URBI à Lisbonne à partir de 2001.

### A Constance

Le Landkreis Konstanz s'est associé à l'organisme bancaire DSGV, émetteur de la carte bancaire et porte-monnaie électronique allemande Geldkarte, pour mettre au point et expérimenter en laboratoire une solution associant cette carte bancaire à un portable appelé Flexpass assurant la communication sans contact. Ces tests ont permis de valider le concept d'association de la billettique à la monétique et de faire émerger un projet de spécifications d'une nouvelle carte bancaire intégrant dans un même composant le porte-monnaie et une application transport.

### A Venise

Les opérateurs de Venise (Transport et autres services) se sont associés à TSP, émetteur du porte-monnaie national Minipay, pour mettre au point et pour expérimenter le concept de passe urbain, la Carta Venezia, avec 20 000 clients locaux et 200 touristes, sur une large gamme de services tels que le transport (ligne Canale Grande), le parking, les musées, les églises et les universités. La particularité de cette expérimentation est la mise en place d'un système central, appelé "Centre de Services", pour gérer la carte et ses services.

Cette expérimentation a permis de lancer le programme de généralisation de la Carta Venezia aux 300 000 citoyens de Venise pour l'ensemble des services de la ville (transport, parking, musées, université, églises, services municipaux et bancaires).

Parallèlement à ce programme d'expérimentation Billettique-Monétique, chacun des sites de CALYPSO a approfondi l'une des potentialités du système :

- pour Paris, une gamme de produits comprenant un ticket sans contact bas coût, et un badge capable d'apporter un service personnalisé tel que des calculs d'itinéraire, de l'information, etc. ;
- pour Lisbonne, la compensation de recette basée sur des données réelles pour l'origine et de calculs probabilistes pour la destination ;
- pour Constance, l'intégration billettique-monétique dans une zone transfrontalière ;
- pour Venise, la réservation et la planification des activités touristiques.

Le projet CALYPSO a affronté avec succès diverses difficultés telles que :

- tenir compte de besoins spécifiques à chaque site tout en restant compatible
- prendre en compte en permanence l'évolution des normes, apporter sa contribution à l'élaboration de ces normes et palier l'absence de normes applicatives dans le domaine de la télé billettique (codification des données, transaction transport)
- tenir compte de l'évolution des projets de porte-monnaie sur l'ensemble des sites.

Aujourd'hui, la solution CALYPSO est une solution riche qui a démontré son adaptation aux besoins des opérateurs et qui a débouché sur la disponibilité d'une offre industrielle en cours de généralisation sur plusieurs sites (Nice, Amiens, Rennes, Paris, Venise, Lisbonne...). Toutefois, si elle permet la compatibilité entre sites, elle n'a pas encore donné lieu à une mise en œuvre d'une véritable interopérabilité entre opérateurs.

C'est pourquoi, le groupement CALYPSO a décidé de poursuivre sa démarche à travers deux approches :

- Un projet européen TRIANGLE, afin d'utiliser Calypso dans le cadre d'une solution interopérable entre les 3 villes de Paris-Bruxelles-Londres qui possèdent différents porte-monnaie électroniques et différentes applications transport.
- Un réseau de travail, appelé COSMIC, afin de définir un standard de communication entre les terminaux sans contact et les systèmes centraux, pour faciliter aux industriels la mise au point d'une offre de produits et de logiciels interopérables.

## 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : création prochaine du « Calypso Continuity g Groupe »

web site : <http://www.calypso.tm.fr>

e-mail / tél. / fax / adresse : ----



### 3.7.5 (F) - ALTIBUS, le car qui relie gares et stations de sports d'hiver

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

ALTIBUS est le nom de baptême d'un site Internet permettant de réserver un voyage en car entre une gare SNCF de son choix et une station de sports d'hiver, en Savoie ou en Haute Savoie. Le client peut prendre son billet plusieurs semaines à l'avance, le payer par Internet et se le faire envoyer à domicile.

Des conseils généraux pour la santé du skieur sont également mis en ligne, et, bientôt, l'internaute aura même accès à des conseils personnalisés.

Les coordonnées téléphoniques et de messagerie de chaque opérateur de car sont précisées, celles des aéroports proches, celles des offices de tourisme locaux, les numéros d'appel des centrales d'hébergement, la réservation SNCF et les serveurs locaux de MétéoFrance sont également disponibles.

L'achat des forfaits de remontées mécaniques de cinq stations est aussi possible via ALTIBUS.

Enfin le site se veut événementiel et brosse le portrait des festivités des stations alpines.

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité - autobus - train - tourisme

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Alpes françaises, FRANCE

Neuf sociétés de transport associées au même objectif se sont groupées pour faciliter l'accès aux stations de sports d'hiver.

#### 4. OBJECTIFS

Offrir une mobilité souple entre les gares et les stations de ski et inciter par là les skieurs, alpins et de fond, à faire usage des transports publics pour se rendre dans le pays de Savoie ; développement de la fréquentation des transports publics saisonniers et désengorgement des autoroutes et routes de montagne vont ici de pair.

[Altibus.com](http://Altibus.com) va par ailleurs bien au-delà de la seule « vocation transports » qui lui est conférée à la base.



#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Une information très complète, avec les heures de passage de l'ALTIBUS aux gares SNCF, est publiée sur le site.

Le service est très utilisé par les étrangers.

#### 6. COMMUNICATION

ALTIBUS.COM PERMET DE RESERVER VOTRE VOYAGE, DES GARES SNCF VERS 60 STATIONS DES ALPES : TARENTEISE, MAURIENNE, CHABLAIS, GRAND MASSIF, PAYS DU MONT BLANC, ARAVIS...

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Une utilisation accrue du réseau ferroviaire français pour se rendre vers les stations de sports d'hiver, par le lien noué entre la gare d'arrivée et la destination finale.

Un décongestionnement progressif, en période de vacances scolaires essentiellement, des autoroutes et routes qui conduisent vers les massifs de Savoie.

#### 8. RESSOURCES

Trois partenaires institutionnels accompagnent ALTIBUS : la Direction des Transports du Conseil Général de Savoie, le Service Transports du Conseil Général de Haute Savoie et le Conseil Régional Rhône Alpes ; un partenaire touristique a également rejoint le projet : la Maison de Savoie ([www.destination-savoie.com](http://www.destination-savoie.com)).

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Au-delà de la « mission » transports assurée par le site ALTIBUS, c'est un regard nouveau qui est posé sur la montagne et ses habitants : un lien vers l'Année Internationale de la Montagne (<http://www.montagnes2002.org>) lancé par l'ONU est actif sur Altibus.com.

Le réseau SNCF doit pouvoir suivre et répondre à l'augmentation de trafic généré par l'utilisation accrue du transport collectif que l'on est en droit d'attendre de ce type d'initiative.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Paul SANTAELLA : Responsable Marketing / Delphine TOFFOLI : Assistante Marketing

institution / entreprise : TRANSDEV'ALPES

web site : <http://www.altibus.com>

e-mail : [admin@altibus.com](mailto:admin@altibus.com)

tél. : Paul SANTAELLA : +33.(0)4.50.27.84.50 / Delphine TOFFOLI : +33.(0)4.50.27.84.49

fax : +33.(0)4.50.27.14.28

adresse : Les Pléiades - Park Nord - 74370 METZ-TESSY

### 3.7.6 (NL) - Centrale de services de mobilité

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Centrale de services de mobilité (« Openbaar Vervoer Reisinformatie » -OVR-) prodiguant des conseils-voyage intégrés et en temps réel pour des déplacements de porte-à-porte.  
L'aspect le plus innovant du service est qu'il combine voiture et transport public.

#### 2. MOTS CLEFS

transports publics – intermodalité - service à la demande – TIC – Internet – information - entreprise

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

PAYS-BAS, 9 centres répartis sur tout le territoire.

OVR a été fondé en 1991 par les entreprises de transports publics en coopération avec le Ministère des Transports et des Travaux publics et a démarré ses activités en 1992. Depuis lors, OVR fournit des renseignements exhaustifs, rapides et pertinents, en utilisant les médias les plus avancés et favorise ainsi l'accès et l'utilisation du transport public.

#### 4. OBJECTIFS

- Guider le voyageur de porte-à-porte en lui proposant l'itinéraire le plus rapide, les heures de départ et d'arrivée, les lieux de chargement et toutes les correspondances.
- OVR fournit aussi des renseignements pouvant servir à des opérations de promotion, comme l'arrêt le plus proche de telle ou telle adresse.
- OVR conseille également les entreprises sur l'établissement d'un plan de déplacement pour leur personnel et à propos des indemnités prévues dans ce cadre.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Une augmentation continue des demandes de conseils-voyage prouve que ce service correspond à un besoin (20 millions de conseils par an) ; 97% des conseils sont suivis. Le service reçoit un chiffre 8 pour qualité et service dans les sondages menés pour OVR.

#### 6. COMMUNICATION

Informations personnalisées via :

- numéro de téléphone 0900-9292,
- site web [www.9292ov.nl](http://www.9292ov.nl),
- technologie WAP,
- 'ordinateurs parlants' (système de reconnaissance de la parole),
- palm-planner,
- CD-ROM pour B-to-B, et bientôt aussi pour un usage privé.

Une brochure est spécialement éditée par OVR. Elle fut présentée et distribuée lors du Congrès de l'UTP à Lille, en novembre 2000.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

Une utilisation accrue des transports publics par de meilleures perception et connaissance de leurs réseaux, de leurs horaires et des services combinés qu'ils peuvent proposer à l'utilisateur.

#### 8. RESSOURCES

OVR est financé par les opérateurs de transports publics (NS, entreprises de transport urbain et régional et autres transporteurs comme VANCOM et les exploitants de services de navigation), et par une subvention de l'Etat (jusqu'en 2001) ; la troisième source financière est le produit des informations téléphoniques (réseau de télécommunications privé d'OVR, Aspect Call Center, comportant 270 lignes).

#### 9. LEÇONS A RETENIR

Extrait de la brochure : 'OVR cherche à savoir si les autres pays européens sont intéressés par la formule OVR' (OVR, le guide du transport public, chapitre 'L'avenir avec OVR')

#### 10. CONTACTS

nom / titre : Mr Aarnout MIJLING, Communications Manager

institution / entreprise : OV Reisinformatie v.o.f.

web site : [www.9292ov.nl](http://www.9292ov.nl)

e-mail : [amijling@ovreis.nl](mailto:amijling@ovreis.nl)

tél. : +31.30.232.88.06

fax : +31.30.233.45.74

adresse : Godebaldkwartier 435 – 3511 DT Utrecht / BP 19319 - 3501 DH Utrecht – PAYS-BAS

### 3.7.7 (I) - Des Mobility Managers dans les entreprises de plus de 300 employés

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE



L'Agence pour la Mobilité de la Commune de Rome collabore avec les grandes entreprises pour réduire le nombre des voitures. Via les Mobility Managers, elle récolte des informations concernant les déplacements quotidiens des travailleurs. Le but est de disposer de suffisamment d'information pour savoir ce qu'il y a lieu de faire pour améliorer les transports publics et mieux satisfaire la demande des employés.

Le panel d'initiatives mises en œuvre va de la motivation à l'acquisition d'abonnements de transports publics (ex. remise de prix pour les employés des entreprises qui ont nommé un Mobility Manager) et à la mise en service de bus d'entreprise (pour ses propres travailleurs). Le co-voiturage est encouragé et l'Agence pour la Mobilité offre un support technique et informatif aux entreprises et à leurs employés qui décident de voyager à plusieurs. Le scooter électrique de location, enfin, est une autre idée proposée (Cfr. fiche « Scooters électriques à Rome ») et seul son usage autorise de pénétrer dans la zone bleue du centre ville.

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité – transports-publics – vélo – entreprises – autobus - abonnement

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE..)

Rome, ITALIE

En adéquation avec les dispositions légales, une structure de coordination des initiatives a vu le jour, l'Agence pour la Mobilité de la Commune de Rome –STA–. Les entreprises reçoivent une série d'informations sur le projet avec une lettre signée du maire qui les incite à y prendre part. La STA a mis au point un catalogue de lignes directrices pour la rédaction d'un plan de déplacements domicile-travail et deux questionnaires spécifiques aux entreprises et aux navetteurs, afin de récolter un maximum de renseignements sur les habitudes de chaque partie.

#### 4. OBJECTIFS

Connaître – Mettre en œuvre – Diffuser.

La volonté de diminuer le trafic et la présence importante d'entreprises et institutions publiques de plus de 300 personnes à Rome recommande de suivre quelques préceptes de base, inscrits dans la politique de mobilité mise en œuvre par l'Agence romaine pour la Mobilité. Mettre en valeur les divers modes de transport collectif et proposer une alternative appréciable au transport individuel. Décongestionner les routes et réduire les taux de pollution. Pour y arriver, il y a lieu :

- d'augmenter les potentialités des services ferrés et de procéder à des investissements nouveaux ;
- d'augmenter l'offre de parking auprès des nœuds du réseau de transports publics, afin de favoriser le Park & Ride ;
- de restructurer le réseau des bus.



Le projet « Au travail, ensemble » est destiné à changer radicalement les habitudes de déplacements des travailleurs romains. Lesquelles habitudes génèrent des files toujours plus longues et d'immanquables retards aux rendez-vous, augmente les taux de pollution et le stress au moment de trouver une place de parking. Ecologie, liberté et sécurité sont les piliers de l'initiative. Moins de voitures en circulation pour respirer la ville à pleins poumons. Une diminution du trafic en heures de pointes pour que le citoyen se réapproprie sa ville et que des risques moindres soient encourus par les usagers de la voie publique.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pour les travailleurs,

Economie, jusqu'à 75% des dépenses de déplacements – Ponctualité, par une gestion optimale des trajets, qui élimine les temps morts et les files et permet d'arriver plus serein à destination – Aspect social, par les échanges qui vont naître entre les personnes voyageant ensemble au quotidien – Relaxation, par le fait de conduire dans un environnement moins congestionné et générateur de stress.

Pour les entreprises,

Efficacité, optimiser les itinéraires a des conséquences sur l'organisation des temps et facilite le respect des horaires de travail – Image, rendue par l'intérêt marqué pour l'environnement et le bien-être collectif, signes de modernité et d'ouverture aux autres. Motivation, avec du personnel moins stressé, plus ouvert et enclin à travailler en équipes, ce qui ne peut que favoriser la cohésion.

Les entreprises deviennent pionnière dans l'amélioration de la qualité de la vie.

#### 6. COMMUNICATION

Des slogans tels que « celui qui se rend au travail en compagnie retrouve bien-être et ponctualité » ou « Se rendre ensemble au travail pour voyager mieux et polluer moins » ou encore « Deux-roues c'est tellement mieux que quatre » soulignent l'initiative. Le site Internet de l'initiative (<http://www.sta.roma.it/mobilitymanager/mobilitymanager/index.html>) fait un appel du pied aux autres villes et les engage à se faire connaître de Rome pour entamer ensemble des projets de mobilité durable.

## 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

A ce jour, 139 entreprises ou institutions ont nommé un Mobility Manager (77 pour le secteur public, 62 pour le privé) sur un total de 280 sièges ; ceci représente 288000 personnes impliquées.

« Au travail, ensemble » commence à parcourir d'autres villes européennes ou mondiales, avec des expériences similaires. De nombreuses villes italiennes et étrangères s'activent pour lancer leur propre programme pour une atmosphère du futur.

## 8. RESSOURCES



L'Agence pour la Mobilité de la Commune de Rome –STA– est responsable du développement et de la coordination du projet ; elle est le pôle central vers lequel les acteurs viennent se ressourcer (Ministère de l'Environnement, ENEA, UE, les PME locales, les associations impliquées dans le processus, la Commune de Rome, les opérateurs de transports publics –ATAC et COTRAL–, les Mobility Managers).

La STA met en œuvre le Décret du 27 mars 1998 en :

- coordonnant les Mobility Managers ;
- collaborant avec les entreprises pour les aider à identifier les meilleures solutions de déplacements domicile-travail ;
- définissant le plan d'action entre la Commune et les entreprises ;
- motivant les entreprises et institutions à la création de services de transports représentant une alternative viable à l'usage de la voiture privée.

Le personnel mis à disposition de l'Agence a le devoir d'informer citoyens et entreprises, de soutenir l'action des Mobility Managers, de suivre la mise en œuvre des projets, de construire un observatoire et un réseau d'échange des expériences des différents Mobility Managers, en Italie et ailleurs.

Les diverses contributions pour arriver à (faire) renoncer à l'usage d'une voiture privée se traduisent par

- une augmentation des lignes de transport vers les entreprises et entre celles-ci ;
- la reprise d'anciens scooters liée à l'achat de scooters non polluants ;
- une aide à l'achat de mobylettes et vélos électriques ;
- une aide apportée aux entreprises qui installent dans leur périmètre d'influence une borne de rechargement électriques pour les véhicules roulant avec cette énergie propre.

## 9. LEÇONS À RETENIR

L'initiative de réduction du prix d'achat d'un abonnement accordée aux employés des entreprises ayant titularisé un Mobility Manager s'est concrétisée en 2001 par 10.000 renouvellement de cartes et quelque 6000 nouveaux abonnements.

## 10. CONTACTS

nom / titre : M. Pierluigi Aloia

institution / entreprise : Agence pour la Mobilité de la Commune de Rome –STA–

web site : <http://www.sta.roma.it> et <http://www.sta.roma.it/mobilitymanager/mobilitymanager/index.html>

e-mail : [p.aloia@sta.roma.it](mailto:p.aloia@sta.roma.it)

tél. : +39.06.571.184.78

fax : +39.06.571.185.47

adresse : Via Ostiense, 131/L - 00154 Rome - ITALIE



### 3.7.8 (NL) – Le « taxi-train » hollandais

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

La formule "taxi-train" est typiquement hollandaise. L'idée est de partager un taxi avec d'autres passagers et de voyager à moindre coût. Les "taxis-trains" s'arrêtent dans 114 gares des Pays-Bas. Un tarif fixe de € 3,5 y est demandé à chaque passager "taxi-train", quelle que soit la distance parcourue. Si le billet est acheté directement au conducteur, il revient à € 4.50. Le service suit les horaires des trains et est donc accessible sur les mêmes plages horaires.

Les "taxi-trains" desservent des zones prédéterminées, autour de chaque ville « participante », ces zones sont précisées dans les gares (souvent la ville en elle-même et ses faubourgs proches). Les tickets sont valables dans n'importe quelle ville où ce service existe et pendant toute l'année qui suit une augmentation du tarif. Un trajet de retour se fera au moyen d'un nouveau ticket. L'utilisateur qui veut faire appel à ce service se rend, en gare, au guichet "taxi-train" (en général distinct de l'arrêt des taxis) et entre en contact avec un conducteur. Une autre possibilité est d'appeler, en enfonçant un bouton bleu au guichet, l'opérateur "taxi-train" qui, lui, appellera une voiture. Le conducteur pourra attendre jusqu'à dix minutes pour charger d'autres passagers éventuels et programme ensuite sa route afin de mener les clients à destination.

Le retour vers la gare s'effectue en appelant la centrale "taxi-train" (0900-TREINTAXI ou 0900-873 4682, 0,35 par minute) minimum une demi-heure avant l'heure du voyage.

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité - transports publics - attentes des clients - confort - fréquence - partage - taxi collectif - sensibilisation

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

PAYS-BAS

Les préparatifs du projet "taxi-train" ont démarré en 1988, après une étude menée à la demande de NS, la compagnie de chemins de fer néerlandaise, qui a recherché la possibilité d'offrir une « chaîne de déplacement » complète, liée à l'usage du train. L'intention était donc de proposer un transport de porte-à-porte.

Des concertations avec des organisations de transport (KNVTO et FNOP) est sortie l'idée de créer le "taxi-train". La volonté initiale était d'offrir un transport en taxi basé sur un prix par occupant/siège pour faire le diminuer au maximum. Pour ce faire, le prix définitif et la disponibilité devraient être connues au préalable. Des enquêtes ont signalé que les utilisateurs étaient prêts à payer entre 2,27 et 3,40 pour ce service.

Le "taxi-train" a vu le jour le 1<sup>er</sup> février 1990.

#### 4. OBJECTIFS

Dans le chef de NS (chemins de fer hollandais) : améliorer le transport avant et après le voyage en train en réalisant un service de porte-à-porte.

Dans le chef du Ministère de Transports hollandais : diminuer le trafic de voitures privées (vers et depuis les gares) en favorisant le transport en commun.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Une étude a montré qu'une des objections les plus importantes contre les voyages en train est le manque de transport avant et après le voyage en train même : 32% du potentiel des utilisateurs des chemins de fer néerlandais (NS) y voient le plus grand désavantage. Le concept « taxi-train » doit augmenter l'accessibilité aux gares, presque de la même façon que le font les voitures privées (rapidité, confort, commodité, disponibilité, service de porte-à-porte, coût faible).

Une enquête auprès des utilisateurs du « taxi-train » a mis à jour la fiabilité de ce service en comparaison des transports publics qui le sont moins.

60% des passagers du « taxi-train » sont des femmes (elles représentent aussi 40% des passagers de NS) et 16% des passagers du « taxi-train » sont des nouveaux clients de NS, ceci représente un apport non négligeable de clientèle qui voyage essentiellement en 1<sup>ère</sup> classe, pendant les heures creuses et sur de longs parcours.

24% des utilisateurs annoncent que désormais ils osent voyager plus tard le soir, la formule « taxi-train » apparaît donc aussi comme un apport à la sécurité des personnes.

#### 6. COMMUNICATION

Via la page Internet [www.treintaxi.nl](http://www.treintaxi.nl).

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

- Un service « avant » et « après » le voyage principal, qui permet de créer une véritable « chaîne de déplacement » non-interrompue, soit un transport de porte-à-porte.
- Une amélioration des formes de transport sans voiture privée mais en bénéficiant pratiquement des mêmes avantages.
- Une augmentation du nombre d'utilisateurs des transports publics.



## 8. RESSOURCES

Grâce à l'intervention du Ministère des Transports, le « taxi-train » a été lancé le 1<sup>er</sup> février 1990. Pour ce faire, NS a recherché la coopération d'un partenaire taxi. Une coopérative de plusieurs compagnies de taxis s'est présentée comme un candidat viable : BV Nederlandse Samenwerkende Taxibedrijven (NST - Coopérative Néerlandaise de Compagnies de Taxi). Puis, NS et NST ont construit le concept du « taxi-train » (Treintaxi VOF). NS était l'actionnaire principal. Un accord a été signé entre NS et NST pour le paiement des compagnies de taxis qui entraient dans le « jeu » « taxi-train ». Dans chaque ville « taxi-train » des contrats ont été passés entre les compagnies locales de taxis et Treintaxi VOF. Par ces contrats, les compagnies de taxi étaient tenues de répondre à un nombre de critères de qualité, de présence et de territoire.

## 9. LEÇONS A RETENIR

30 gares ont été pionnières du projet ; devant le succès rencontré, l'initiative s'est vite élargie et le 1<sup>er</sup> mai 1991, le service du « taxi-train » s'élargissait à 30 nouvelles gares. En octobre 1991, les « taxi-trains » ont été lancés dans les villes de La Haie, Rotterdam, Amstelveen et Arnhem, malgré des récriminations de chauffeurs de taxi alarmés. Le « taxi-train » est aujourd'hui opérationnel dans 111 municipalités et prévoit son extension à 650 grandes régions et petites banlieues. Actuellement, 60% de la population hollandaise peut être pris en charge à sa porte.

Le montant de passagers a augmenté de 0,8 million en 1990 jusqu'à plus que 3,7 million de passagers en 1996. Une stabilisation a été notée ensuite et même un léger recul (jusqu'à 3,3 million de passagers en 2000) dû, entre autres, à de trop longues périodes d'attente dans les gares par manque de taxis ou à cause des files trop importantes dans les centres des villes et/ou sur les périphériques pour le service du « train-train ».

Pour le Ministère des Transports, le projet du « taxi-train » était officiellement terminé le 1<sup>er</sup> février 1993. Depuis le service s'est poursuivi sans subvention. NS a dressé un contrat avec Treintaxi VOF pour l'extension des services du « taxi-train ». Le premier critère de coopération pour NS est que l'initiative doit avoir un effet positif sur le chiffre d'affaire de NS. Les services du « taxi-train » sont évalués annuellement, par zones et pour leur valeur ajoutée et leur rentabilité. C'est ainsi que Treintaxi VOF recherche des possibilités pour élargir ses services à d'autres municipalités. Treintaxi VOF s'est scindé de NS en 1993 et existe maintenant comme filiale indépendante de NS et porte le nom Transvision bv (NB : « BV » signifie « société anonyme ») dont NS est le seul actionnaire.

## 10. CONTACTS

nom / titre : Mr F. HAUBRICH

institution / entreprise : Transvision

web site : [www.treintaxi.nl](http://www.treintaxi.nl)

e-mail : [fhaubrich@transvision.nl](mailto:fhaubrich@transvision.nl)

tél. : +31.30.230.55.77

fax : +31.30.230.58.11

adresse : Transvision BV - Boîte Postale 2429 - 3500 GK Utrecht - PAYS-BAS



### 3.7.9 (CH) - Abonnement Général suisse ou la carte mobile

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

L'Abonnement Général –AG– est une alternative aussi pratique que confortable pour tous ceux qui souhaitent bénéficier d'une mobilité illimitée. L'AG est un billet émis par les Chemins de Fer Fédéraux suisses –CFF–, donnant le droit de voyager sur tout le territoire, dans n'importe quel train et tout à fait librement sur le réseau ferré des CFF (plus de 18000 km) et la plupart des chemins de fer privés, avec les cars postaux, les bateaux, ainsi qu'avec les trams et les bus de la plupart des villes et agglomérations suisses. Des réductions sont aussi accordées sur les funiculaires.

L'abonnement général coûte € 2000 pour la première personne et le tarif est dégressif pour des personnes partageant le même ménage. Il existe aussi un abonnement général pour les entreprises qui peut être partagé par les membres de celle-ci.

Depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2001 la possibilité existe de se procurer l'AG sous forme d'abonnement et de le commander et de le recevoir par la poste, donnant ainsi le choix au voyageur de « rester ou de partir » quand bon lui semble. Le voyageur paye son AG mensuellement par petits acomptes et peut ainsi se soustraire au paiement du prix fort en une seule fois. Le paiement mensuel peut s'effectuer par bulletin de paiement ou bien, plus pratique encore, par LSV (système de recouvrement direct).

Les seniors voyagent meilleur marché. Dès 62/65 ans, ils bénéficient d'un AG à un prix extrêmement réduit. Les jeunes également. Les détenteurs d'un AG entre 16 et 25 ans révolus peuvent eux aussi obtenir l'AG à un prix très réduit.

Existe aussi un AG pour les compagnons à quatre pattes.

Et dans le cadre d'une intégration sociale de tous les publics est mis en place un abonnement général à 2/3 du prix normal.

Peuvent en bénéficier les usagers qui touchent la rente courante de l'Assurance invalidité fédérale, l'allocation pour impotent ou une contribution aux frais d'entretien d'un chien-guide pour aveugle ; la légitimation pour le retrait de l'AG à 2/3 du prix normal doit être signé par la caisse compensation payant la rente.

Enfin, l'AG pour entreprises, système idéal où plusieurs collaborateurs peuvent utiliser le même AG.

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité - train - billetterie - abonnement - intégré



#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

SUISSE

#### 4. OBJECTIFS

Offrir au voyageur un billet unique pour se déplacer sur l'ensemble du territoire national. L'AG permet le voyage en libre-parcours, avec toute liberté de monter dans un transport public sans devoir acheter de billet, et ce, quand on le souhaite.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Le billet facilite les voyages et engage, par son aspect multimodal et son extension géographique, à une utilisation maximum des transports publics.

#### 6. COMMUNICATION

L'abonnement général est très bien connu dans le pays. Il y a des publicités, des infos sur Internet et des dépliants.

Un numéro vert existe : RailService au 0900 300 300 (24h, CHF 1.19/Min.)

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

L'abonnement général permet à son détenteur de voyager librement dans toute la Suisse, sans procédure complexe d'achat de titre du transport pour chaque déplacement. Ce concept de liberté et de facilité rend les transports publics attractifs, autant que la voiture. A long terme un tel abonnement peut convaincre un grand nombre de citoyens de varier leurs habitudes de déplacements et d'opter pour le mode ferroviaire. Cela s'accompagne du fait qu'en Suisse le taux d'utilisation des transports publics par habitant est beaucoup plus élevé que dans d'autres pays européens.

#### 8. RESSOURCES

L'abonnement s'acquiert facilement à n'importe quel guichet du réseau urbain ou en gare. Les recettes sont partagées entre les partenaires de l'accord. La diffusion des moyens suit une clé annuellement négociée entre les opérateurs et sociétés concernés.

#### 9. LEÇONS A RETENIR

L'abonnement général est largement diffusé et utilisé en Suisse. Pour un montant de € 180/an, l'utilisateur helvétique dispose, dans son pays, d'une mobilité « sans limites » de temps ou de territoire.

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Service-Center Abonnement général / Chemins de fer fédéraux suisses CFF Division Voyageurs

web site : <http://www.cff.ch/ag>

e-mail : [ga.service-center@sbb.ch](mailto:ga.service-center@sbb.ch)

tél. : +41.0512.20.34.34 (du lundi au vendredi de 8h00 à 12h00 et de 14h00 à 17h00)

fax : +41.0512.20.37.00

adresse : Hochschulstraße 6 - 3000 Bern 65 ou Contact Center CFF - 3900 Brig - SUISSE

### 3.7.10 (F) – L'Îlot Vélos

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Espace de grande capacité, gardienné, offrant des services spécifiques relatifs au vélo à des prix attractifs :

- stationnement fermé et gardienné des vélos,
- location de vélos,
- atelier de petites réparations,
- vente de produits dérivés aux couleurs de la RATP
- obtention facile d'informations sur la vie quotidienne du monde du vélo urbain.

L'ensemble des services est payable avec un pass sans contact. Une présence de personnel est assurée de 6h30 à 21h30 en semaine et de 8h30 à 20h00 le week-end.

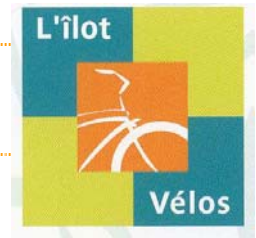
#### 2. MOTS CLEFS

vélo - transports publics - intermodalité - stationnement - location - réparation - information - cycliste - carte à puce

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Ile-de-France, FRANCE

Prototype en 2000 et déploiement du concept d'ici 2005 sur 5 sites de grande couronne parisienne.



#### 4. OBJECTIFS

Concept innovant proposé par la RATP pour

- favoriser le rabattement vélo/transports publics par une offre de services conjoints destinés aux clients cyclistes ;
- montrer qu'un changement culturel est possible, en proposant des concepts validés par les utilisateurs et qui accompagnent d'autres initiatives mises en place par d'autres acteurs du transport en Ile-de-France.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Des résultats très prometteurs ont été enregistrés à ce jour (30 abonnés à l'année, peu d'essais pour une courte durée, excellente perception du service de petite réparation, le client récupérant, à l'issue de sa journée de travail, un vélo en parfait état) et l'inauguration officielle des « Îlot Vélos » de Neuilly-Plaisance a lieu le 20 mars 2002.

#### 6. COMMUNICATION

DANS « RATP SAVOIR-FAIRE – LA POLITIQUE VELO DE LA RATP » N°35, 2000, P. 14 ET

DANS « L'INNOVATION AU SERVICE DES DEPLACEMENTS URBAINS » CERTU ET MINISTERE DE L'EQUIPEMENT, DES TRANSPORTS ET DU LOGEMENT, DANS LE CADRE DU PREDIT1996- 2001, P. 18-19, 24-25.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTÈME DE DÉPLACEMENT

Le développement de l'utilisation du deux-roues pour rejoindre les pôles d'accès au réseau RATP ; une diminution conjointe de l'utilisation d'un véhicule privé à moteur et un impact écologique remarquable à moyenne et plus longue échéance.

#### 8. RESSOURCES

Aucune information à fournir à ce stade.

#### 9. LEÇONS À RETENIR

Un prototype de « Vélopoïe » (le nom qu'il portait alors) a été mis en place sur le site de Neuilly-Plaisance, à proximité d'une gare RER et d'une gare routière où s'arrêtent cinq lignes de bus) afin de juger l'organisation de l'espace (circulation des vélos, mise en lumière...), d'évaluer les coûts réels de cette initiative et de trouver des subventions pour des emplois nouveaux.

La construction du bâtiment, initialement prévue à charge de la commune, a été refusée, des évaluations financières ayant montré qu'un équilibre ne pourrait être atteint qu'au terme de trois années de fonctionnement. Le projet a dû être momentanément stoppé pour engager des négociations.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : M. Jean-Claude BERARDO

institution / entreprise : RATP / Département des Projets

web site : <http://>

e-mail [jean-claude.berardo@ratp.fr](mailto:jean-claude.berardo@ratp.fr)

tél. : +33.(0)1.44.68.36.18

fax : +33.(0)1.44.68.25.30

adresse : 54, quai de la Râpée – 75599 Paris Cedex 12 - FRANCE



### 3.7.11 (NL) - Intégration vélo/transports publics

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Un plan d'action « vélo », mis en place à Rotterdam qui s'attache à la fois à l'aménagement de pistes cyclables confortables, sûres et rapides (conçues sur le modèle des autoroutes) pour rendre ce mode attractif (projet 'Sternetwerk') et met en œuvre une stratégie d'exploitation des hangars à bicyclettes, gardiennés et installés en centre ville et aux abords des arrêts du réseau de transports publics (projet 'TELLUS', partie du projet européen CIVITAS).

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité - transports publics - vélo - cycliste - intégré

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

PAYS-BAS

La partie 'TELLUS' de l'initiative d'intégration vélo/transports publics est une réflexion sur l'accès au réseau public par les deux-roues et, en conséquence, sur le stationnement des vélos aux abords des arrêts et des gares. Les parking à vélos doivent être correctement soignés, des box installés dans différentes rues ou quartiers d'habitation de la ville ; les pistes cyclables entre le domicile et le point d'accès au réseau de transports publics doivent être de bonne qualité.

#### 4. OBJECTIFS

La ville veut faire connaître son offre pour les cyclistes et faire du vélo un moyen de transport apprécié et usité. L'intégration véritable du cyclisme et des transports publics sera le résultat de la stratégie mise en œuvre : dans un premier temps, 30 lieux de transports publics sont examinés pour estimer les difficultés éventuelles de parking des vélos, voir si les espaces doivent être agrandis et si une amélioration de qualité est nécessaire. Au moins 20 autres endroits suivront le même processus d'évaluation ensuite.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Des enquêtes ont montré que le vélo est moins utilisé à Rotterdam que dans les autres villes des Pays-Bas et que l'usage ne devient attractif que lorsque la sécurité routière, la sécurité des cyclistes et la sécurité du vélo lui-même (contre le vol ou l'endommagement) sont assurés et que des possibilités de garer le vélo à la maison comme au lieu de destination existent.

#### 6. COMMUNICATION

Pour améliorer l'image du vélo, la ville communique avec les utilisateurs à travers des associations et des événements. Elle communique aussi avec les citoyens pour aménager les pistes cyclables : les tracés sont planifiés par la ville mais les citoyens participent aux discussions d'aménagement des parkings et des espaces verts autour des pistes. Cette initiative fait partie du projet de recherche européen CIVITAS, cfr. "Description of Work" ANNEX A TELLUS Project descriptions. GROWTH Project GRD1-2001-41801 "TELLUS" p.17 Description of Civitas Projects.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

Une intégration en douceur du transport public et du vélo.

#### 8. RESSOURCES

Ville de Rotterdam et la région de Rotterdam-Rijnmond, à la base de l'initiative.

#### 9. LEÇONS A RETENIR

Lorsqu'une moindre importance est attachée aux intérêts de la bicyclette qu'à ceux de la voiture ou des transports publics les efforts fournis pour améliorer la qualité du transport en vélo s'en trouvent réduits.

#### 10. CONTACTS

nom / titre : M. Mustapha BOUHRIT

institution / entreprise : Rotterdam

web site : [www.stadhuis.rotterdam.nl/beleid](http://www.stadhuis.rotterdam.nl/beleid)

e-mail : [m.bouchrit@obr.rotterdam.nl](mailto:m.bouchrit@obr.rotterdam.nl)

tél. : +31.10.4667.667

fax : +31.10.

adresse : Boîte Postale 6699 - 3002 AR Rotterdam - PAYS-BAS

### 3.7.12 (B) – La fiche d'accessibilité

#### 1. DESCRIPTION DU SERVICE ET INITIATIVE

Le Ministère des Transports, de la Mobilité et de l'Energie du gouvernement wallon propose une fiche d'accessibilité pour tous les établissements publics. Elle reprend l'ensemble des possibilités pour se rendre à l'établissement en question, tous modes confondus. Elle est l'un des outils construits par le Ministère pour répondre aux nouveaux besoins de mobilité ; les autres étant une cellule-mobilité créée avec l'Union Wallonne des Entreprises, des plans de déplacement dessinés pour les entreprises et un au schéma logistique.

La fiche d'accessibilité répond de façon extrêmement simple à des questions simples. Exemple : si je ne prends pas ma voiture, où et à quelle heure prendre le bus pour aller à l'administration, à l'hôpital ou à un rendez-vous en entreprise ? Les sièges de ces entreprises ou institutions vont diffuser à leurs visiteurs une fiche d'accessibilité, indiquant les itinéraires piétons, les trains et les bus (avec les n° de lignes), les tarifs, les horaires, les arrêts, les temps de parcours, toutes les informations pratiques nécessaires pour montrer la faisabilité des transports en commun et de l'intermodalité. L'administration ouvre un nouveau service spécifiquement destiné à aider les entreprises à rassembler l'information, à rédiger leur fiche d'accessibilité et à la cartographier.

#### 2. MOTS CLEFS

intermodalité – transports publics – intégré – accessibilité – services publics - information

#### 3. ORIGINE (GEOGRAPHIQUE, HISTORIQUE, ECONOMIQUE, SOCIALE...)

Région Wallonne, BELGIQUE

La structure traditionnelle des déplacements entre le domicile et le travail est en régression constante. La vie des citoyens, en Wallonie comme dans les pays voisins, s'organise majoritairement en fonction de chaînes d'activités – économiques, sociales, culturelles, familiales, de loisir - qui génèrent des « chaînes de déplacements », bien plus complexes que les allers-retours du domicile au travail. Le « tout à la voiture » et le « tout au camion » semblent répondre le mieux aux besoins d'une mobilité individualisée. Mais l'impasse de cette solution est flagrante et les alternatives deviennent une nécessité. Pour ce faire, les pouvoirs publics disposent de plusieurs leviers, dont l'aménagement du territoire et la localisation des activités génératrices de déplacements à proximité de pôles structurants de transports en commun. Et aussi de différents nouveaux outils, la « fiche d'accessibilité » en est l'un d'eux.

#### 4. OBJECTIFS

Le but de la « fiche d'accessibilité » est de faciliter l'accès à tout établissement public par l'un ou l'autre mode de transport public et de montrer qu'il existe des alternatives valables à la voiture privée.

#### 5. VISION DE L'UTILISATEUR

Pas d'évaluation répertoriée au cours de cette recherche.

#### 6. COMMUNICATION

Information en partie extraite d'un discours de M. José DARAS, Vice-Président du Gouvernement Wallon, Ministre des Transports, de la Mobilité et de l'Energie, dans le cadre de l'atelier « Emergence de nouveaux besoins » au SALON INITIATIVE qui s'est tenu à Liège en octobre 2001.

#### 7. IMPACTS ATTENDUS DANS LE SYSTEME DE DEPLACEMENT

Une fiche proposant information sur l'ensemble des modes de déplacement pourra raisonnablement influencer les choix des citoyens. Elle stimule la conscience pour les alternatives à la voiture en les présentant de manière comparable, et ceci peut avoir à long terme, un impact sur le comportement des citoyens pour leurs déplacements vers les établissements du centre ville.

#### 8. RESSOURCES

Le Ministère des Transports de la Région Wallonne –MET– a inauguré ce service et propose parallèlement la formation des employés travaillant dans les administrations des villes. Pour le développement de leur propre fiche d'accessibilité, les administrations ont toutes le support de MET. Il n'a pas été possible au cours de cette recherche de déterminer le montant exact des moyens consacrés à ce projet.

#### 9. LEÇONS A RETENIR

Une fiche d'accessibilité se conçoit facilement à l'aide des guides écrits et des aides électroniques sous forme de disquettes. Elle a aussi un caractère exemplaire lorsque les établissements publics la propose. Elle est enfin un excellent vecteur de publicité pour des alternatives à la voiture particulière.

#### 10. CONTACTS

nom / titre :

institution / entreprise : Ministère wallon des Transports, de la Mobilité et de l'Energie

web site : <http://daras.wallonie.be>

e-mail : [jose.daras@gov.wallonie.be](mailto:jose.daras@gov.wallonie.be)

tél. : +32.(0)81/32.34.11

fax : +32.(0)81/32.34.79

adresse : 4, rue des Brigades d'Irlande - 5100 Namur – BELGIQUE

### 3 Conclusion

#### **La société du XI<sup>ème</sup> siècle évolue rapidement...**

La recherche menée ici fait clairement apparaître que la société de 2002 a résolument basculé dans l'ère des services en ligne. Un développement considérable s'opère, chez les grands industriels comme de la part des pouvoirs publics, afin de proposer au client une gamme d'informations toujours plus riche et une aide, souvent personnalisée pour effectuer ses déplacements et pour les services connexes. Divers exemples ont été repris dans les fiches qui suivent : Shell GeoStar.com – ViaMichelin.com – Cityneo (accès via téléphone mobile). De nombreux autres pourraient être également repris dans ces pages.

Par ailleurs, la plupart des services « traditionnels » développent des pages Internet conviviales et pratiques, la majorité des fiches qui précèdent en témoigne.

La technologie « sans contact » est un autre bond spectaculaire dans les services de mobilité de nouvelle génération. Transport publics et co-voiturage se sont approprié cette innovation. Des exemples ont été présentés dans ce rapport final : PRESTIGE à Londres, le réseau de transports publics de Helsinki, les « Ilôts Vélo » de la RATP, l'association Caisse-Commune à Paris...

Une attention particulière a été donnée aux publics qui seront une part sans cesse grandissante de la société des années futures : les personnes âgées.

Il s'agit en conséquence d'appuyer les recherches en matière de mobilités sur une société « vieillissante », une société qui connaît de profondes mutations sociales et creuse les écarts entre « ceux qui possèdent » et « ceux qui ont moins », une société qui respecte toutes les personnes.

Et une société d'aujourd'hui et de demain qui vit autant dans le virtuel que dans le réel.

Conserver un juste équilibre entre ces deux pôles et n'oublier personne relève de la plus grande importance.

## Bibliographie

**Parmi les documents consultés pour mener la recherche, citons :**

« L'innovation au service des déplacements urbains », Centre d'Etudes sur les Réseaux, les Transports, l'Urbanisme et les Constructions publiques –CERTU- et du Ministère de l'Equipement, des Transports et du Logement , dans le cadre du Programme national de Recherche Et D'Innovation dans les Transports terrestres 1996-2001 –PREDIT- 2001, p. 18-19, 24-25

« Transports publics - Nouveaux services aux usagers », Groupement des Autorités Responsables de Transport – GART- & Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie –ADEME- 2000, p. 20-21,98-99,108-109

« Bonnes pratiques pour des villes à vivre : à pied, à vélo... », Groupement des Autorités Responsables de Transport –GART- & Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie –ADEME- & Electricité de France –EDF- avril 2000, p. 90-91

« Harmoniser les rythmes », Economie & Humanisme, n°359 « Déplacements et transports publics – Un avenir pour la ville », décembre 2001/janvier 2002, p. 52

« Le Guide de la Personne Handicapée », Ministère des Affaires sociales, de la Santé publique et de l'Environnement, Service de la politique des handicapés, p.

« Le Chaisard 2001, Guide pratique de la personne à mobilité réduite », Editions Parcours, Bruxelles, 2001, p.38-43

« Les acteurs du transport public 2000-2001 », Union des Transports Publics, octobre 2000

et quelques articles de la presse quotidienne ou magazine, française, belge, anglaise... des trois dernières années ([www.humanite.presse.fr/journal/1999](http://www.humanite.presse.fr/journal/1999) « Le retour du cyclo-pousse », 25 mars 1999)

## Remerciements

à M. Michel HIRSIG, des Transports Publics Genevois,

à M. Frédéric MARTIN, de TANDEM-SERVICES,

à M. Pierluigi ALOIA, de l'Agence pour la Mobilité de la Commune de Rome –STA–,

à Mme Maryvonne DEJEAMMES, du CERTU, pour le projet FLEXLINE

à Mme Romy KIKANO, de CITYNEO,

à M. François GUILLAUME, de la RATP, pour le projet CALYPSO.

Nous avons été heureux d'accueillir en nos bureaux, ce vendredi 1<sup>er</sup> mars 2002, Madame Thérèse SPECTOR. Nous avons eu ensemble un échange de vues très intéressant sur le projet de recherche en cours d'élaboration, projet riche d'enseignements pour tout acteur de la mobilité, sur les plans, académique, stratégique ou opérationnel.



*“One should learn from projects that have been completed elsewhere”*

Niilo Järviluoma, Dir Transports du réseau de Helsinki