

Réseau d'échanges techniques

**Le conseil individualisé pour la
promotion des transports collectifs**

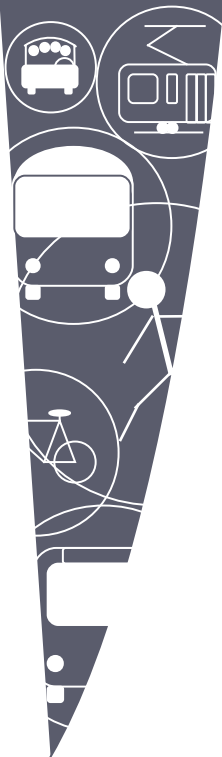
Réunion du 14 11 2013



Vers un appel à manifestation d'intérêt ?

Au vu des potentiels de report modaux dans les échantillons de volontaires, la Direction Régionale Picardie de l'ADEME (et le Conseil Régional de Picardie ?) souhaitent lancer un AMI sur le conseil individualisé dans les transports collectifs pour :

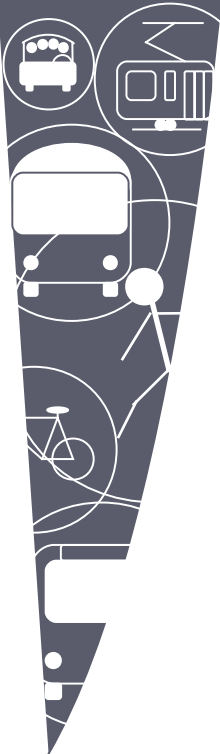
- inciter les autorités organisatrices de transport à capter de nouveaux clients à l'aide de démarches innovantes basé sur des approches sociologiques
- inciter les AOT à renforcer leurs initiatives en matière de conseil en mobilité
- inciter les AOT à travailler à l'évolution de leurs réseaux (yc tarification) par de nouvelles démarches notamment participatives. les clients nouveaux peuvent permettre par exemple de travailler la lisibilité d'une offre de transport publics
- avoir de nouvelles références sur le marketing direct, en testant peut être ces démarches sur le TAD ou sur l'interurbain



Des démarches portés par qui ?

Cet appel à manifestation d'intérêt est ouvert :

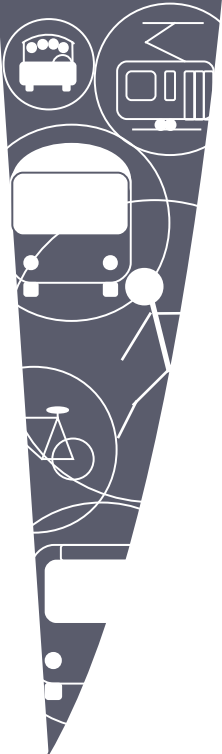
- aux autorités organisatrices de transport urbain et/ou à leurs délégataires, leurs prestataires ou leurs régies en fonction des modalités de fonctionnement existantes ;
- aux autorités organisatrices des services routiers de transport public interurbain et/ou à leurs délégataires, leurs prestataires ou leurs régies en fonction des modalités de fonctionnement existantes
- aux autorités organisatrices de second rang des services routiers de transport public interurbain et/ou à leurs délégataires, leurs prestataires ou leurs régies en fonction des modalités de fonctionnement existante



Public visé (par exemple) ?

Le public visé par l'opération pour être :

- des hommes et des femmes de plus de 18 ans (pour s'assurer de l'autonomie de leurs choix modaux), ayant ou non une voiture à disposition.
- des personnes qui effectueront une chaîne de déplacement plus complexe que l'usage d'un seul mode de transport entre leur lieu d'origine et leur destination finale (par exemple transport collectif au départ ou à l'arrivée d'une gare)
- des salariés sur des zones d'emploi faisant l'objet d'une amélioration récente de l'offre



Quel contenu ?

Une attention particulière à :

- La préparation de l'expérimentation de marketing individualisé

- l'organisation mise en œuvre (recours à un bureau d'étude spécialisé, articulation avec l'opérateur de transport public, le partenariat avec les entreprises ...),

- sa méthode de communication,

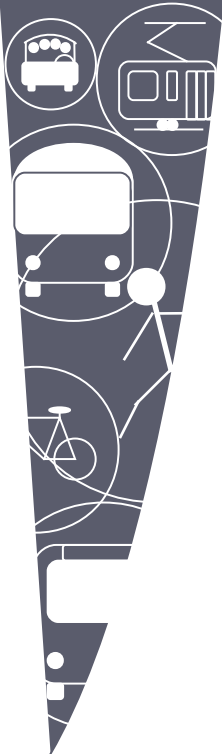
- son mode de recrutement des volontaires et de sélection du groupe cible,

- le planning prévisionnel des opérations,

- Le ou les outils déployés pour permettre le conseil individualisé des volontaires (planificateur de voyages etc ...) ainsi que les documents formalisant le conseil (livret mobilité personnalisé notamment)

- Le type d'analyse mené auprès des volontaires (avis et motivations à poursuivre l'utilisation - analyse à chaud, après 3 mois...)

- les suites envisagées pour les volontaires (offre spéciale à l'issu de de l'essai ..) ou sur les évolutions du réseau (ajustement de l'offre, réflexions tarifaires ...)



Pourraient notamment être soutenus :

- une assistance à maîtrise d'ouvrage par un bureau d'études spécialisé
- des actions de formation des personnels réalisant le conseil individualisé
- des actions de communication pour recruter des volontaires
- les dispositifs de suivi des volontaires (plateforme web ...)
- les titres de transports de la période promotionnelle gratuite
- des actions de communications pour valoriser l'opération

