



LES USAGES DU MAAS

Résultats de l'enquête sur les services numériques



Un document produit dans le cadre de L'Observatoire du MaaS

L'Observatoire du MaaS

L'Observatoire du MaaS est une initiative du Cerema, développée en partenariat avec le Ministère de la Transition Ecologique, le GART, Régions de France, l'UTP, la FNTV, l'Alliance des Mobilités, l'ADCET, Syntec Ingénierie, ATEC ITS et la Fabrique des Mobilités. Son objectif principal est le partage de connaissances sur le MaaS et les différentes thématiques qu'il comprend.

Le site Internet de l'Observatoire du MaaS¹ propose une cartographie des initiatives multimodales présentes sur le territoire français : systèmes d'information multimodale (SIM), cartes billettiques interopérables, ou dispositifs de MaaS complets. Chaque système est décrit selon les fonctionnalités d'information, d'achat, de validation et de gestion de compte.

L'Observatoire du MaaS est aussi une démarche partenariale ouverte qui fédère plusieurs dizaines d'acteurs. En Novembre 2020, quatre groupes de travail ont été mis en place afin de produire de la connaissance sur un sujet précis du MaaS, en se basant principalement sur des retours d'expérience :

- MaaS & Covoiturage (paru en juin 2021)
- MaaS local & MaaS régional (paru en mai 2021)
- Gouvernance du MaaS (paru en octobre 2021)
- Usages du MaaS

Auteurs et contributeurs

Ce document a été réalisé dans le cadre du groupe de travail « Usages du MaaS », animé par Frédéric GAVEL (Ingérop / Syntec Ingénierie). Les principaux auteurs sont Ryme SELLAMI (Ingérop / Syntec Ingénierie), Anne BURGEVIN (Airweb), Philippe ROUSSELET (Adcet), Patrick GUYARD (Sword Group), Guillaume ROUX (Instant System), Carole CHELLI PANNETIER (Cityway) et Laurent CHEVEREAU (Cerema).

Ce document est également le fruit des contributions de l'ensemble des membres du groupe de travail : Noël THIEFINE (FNTV), Alexandre ANNE (Artelia), Francis SYKES (RATP Smart Systems), Christophe GUILLET (Sword Group), Rémi DE MARCHI (Monkey Factory), Sylvain DAOU (PMP Conseil), Louis-René CHABANNES (Transdev), Julie SULLI (Keolis), Frédéric SCHETTINI (Citec), Jan DE LOBKOWICZ (Skipr), May-Jeanne THAI-VAN (Cerema), Brewenn MÉTAYER et Fabien COULY (Autorité de Régulation des Transports).

Les auteurs remercient les nombreux acteurs de la mobilité² qui ont répondu au questionnaire « Retour d'expériences sur les usages des services numériques (MaaS & SIM) » présenté en annexe, ainsi que les relecteurs de ce document : Jean Bergounioux (MIC Mobility), Gêrôme Charrier (Cerema), Patrick Gendre (Infomobi) et Edouard Naye (Systra).

¹ <https://www.francemobilites.fr/outils/maas>

² Il s'agit de collectivités territoriales et d'opérateurs de mobilité actifs dans les territoires suivants : les régions Auvergne Rhône-Alpes, Hauts-de-France, Ile-de-France et Nouvelle-Aquitaine ; le département de l'Oise ; les agglomérations de Amiens, Bordeaux, Boulogne, Brest, Douai, Grenoble, Lille, Nancy, Nantes, Nice, Orléans, Rouen, Saint-Etienne, Strasbourg, Toulouse, Tours et Valence.

SOMMAIRE

RÉSUMÉ.....	4
INTRODUCTION	5
LES SERVICES NUMERIQUES D'AIDE A LA MOBILITE	6
LES DONNEES RECUEILLIES PAR LES SERVICES NUMERIQUES DE MOBILITE.....	8
L'AUDIENCE DES OUTILS D'INFORMATION VOYAGEURS	8
LES DONNEES RELATIVES A L'ACHAT ET A LA RESERVATION	9
DES OUTILS NUMERIQUES PLEBISCITES MAIS PAS UNIVERSELS	11
L'EVOLUTION DES USAGES	11
LES FREINS ET ATOUS DES SERVICES NUMERIQUES DE MOBILITE.....	12
PERSPECTIVES ET TENDANCES.....	14
ANNEXE : QUESTIONNAIRE	16



RÉSUMÉ

Les applications numériques de mobilité sont aujourd'hui plébiscitées par les usagers qui les utilisent de plus en plus pour s'informer et organiser leurs déplacements.

Différents services numériques d'aide au transport sont proposés aux voyageurs, et notamment les applications mobiles ou les sites internet. Un grand nombre d'entre eux proposent désormais l'information en temps réel, une boutique en ligne ou des tickets dématérialisés (M-tickets) qu'il suffit de présenter sur son mobile. Ainsi ces nouvelles applications simplifient les déplacements et contribuent à développer l'usage combiné ou alternatif de plusieurs moyens de déplacement.

Les fournisseurs de solution numérique recueillent des données sur l'usage de ces services numériques (nombre de visites uniques par mois, nombre de requêtes d'itinéraire, ...). Dans plusieurs territoires, le développement des services numériques a induit une réduction de la fréquentation des espaces de vente physiques et une réduction du recours aux services téléphoniques de support client. Cette évolution est accrue par la crise sanitaire, et on a ainsi vu l'explosion des titres de transports dématérialisés dans de nombreux territoires.

Ce document est le fruit d'une enquête auprès de 22 collectivités et de l'analyse des réponses fournies. Pour une majorité des acteurs interrogés, ces modifications d'usages entraîneront des modifications de l'organisation des espaces et modes de vente. Mais si ces outils numériques présentent des atouts indéniables qui expliquent une augmentation de leur audience, il est important de tenir compte des difficultés rencontrées. Les utilisateurs peuvent rencontrer des freins pour appréhender l'outil numérique, ou parce que l'ergonomie du service proposé n'est pas optimale. Et les opérateurs et collectivités doivent eux aussi faire face à des obstacles pour mettre en œuvre des applications de MaaS.

L'intégration fonctionnelle sur une application unique de différents services numériques permet de délivrer un service plus complet, incluant des solutions multimodales de déplacements et l'achat en ligne des titres de transport. Il s'agit d'une tendance de fond qui se développe grâce à la disponibilité, la simplicité, la lisibilité et la rapidité des services proposés, et qui est amplifiée par le réchauffement climatique qui incite à changer les usages de mobilité vers des modes de transport plus propres et durables.

INTRODUCTION

Le terme « MaaS » (Mobility-as-a-Service ou Mobilité Servicielle) désigne les systèmes numériques qui proposent aux usagers l'accès à la mobilité en tant que service. Ce concept se décline par une plate-forme de données, qui pour un ensemble de services et de modes de transport, rassemble les fonctionnalités d'information, de réservation, d'achat, de validation des titres de transport avec un compte utilisateur unique.

Des solutions numériques dédiées à l'information existent notamment au travers des « SIM » (Système d'Information Multimodale). Ils aident les usagers à préparer leurs déplacements en proposant et combinant plusieurs modes de transport, et souvent en les informant en temps réel sur les perturbations afin d'adapter leur itinéraire. Ils apportent l'information sur les différents modes de transport, les offres (lignes, arrêts, horaires...), le calcul d'itinéraires, le temps de parcours et pour les plus développés donnent l'information sur les perturbations programmées du trafic (travaux, déviations...) en temps réel.

Les systèmes de MaaS complets sont encore rares en France, mais l'objectif de généraliser l'usage du MaaS est bien présent chez les collectivités territoriales comme chez les acteurs privés. Il est encouragé par les innovations technologiques et par la Loi d'Orientation des Mobilités (LOM).

Afin de mesurer cet essor et cette volonté de développement du MaaS, un questionnaire « *Retour d'expériences sur les usages des services numériques (MaaS & SIM)* » a été établi par le groupe de travail « Les usages du MaaS » (décrit en page 2). Il a été envoyé à 22 acteurs de la mobilité en France, répartis sur l'ensemble du territoire métropolitain :

- 11 opérateurs de mobilité,
- 10 collectivités territoriales (régions, département, métropoles, communautés d'agglomérations, syndicats de transport),
- 1 agence de conseil et d'assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO).

Sur la base de l'Observatoire du MaaS et des réponses au questionnaire, ce document vise donc à rendre compte des usages des services numériques d'aide à la mobilité. Il porte sur les usages, ainsi que sur le traitement des données recueillies via les systèmes numériques d'aide à la mobilité. Ce document présente et analyse :

- Les fonctionnalités et les services de mobilité proposés par les différents services numériques développés sur les territoires des 22 répondants au questionnaire,
- L'impact de la crise sanitaire du COVID-19 sur l'évolution des usages de ces outils d'aide à la mobilité,

Afin d'apporter une simplicité de lecture à ce document, il est articulé autour des quatre axes suivants :

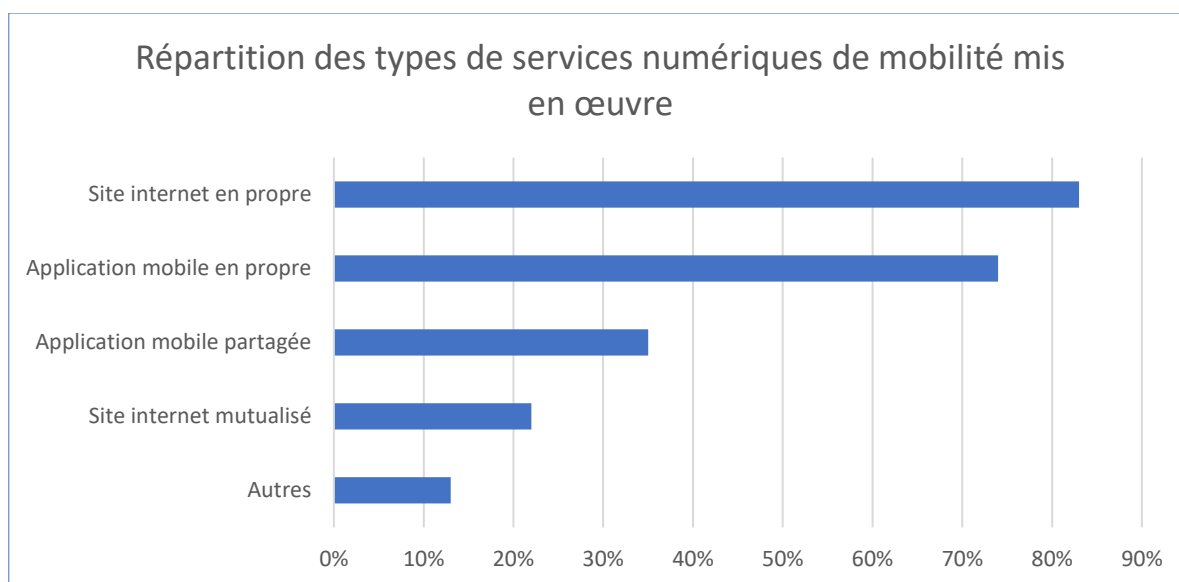
- Les services numériques d'aide à la mobilité proposés,
- Les données recueillies par les services numériques de mobilité,
- Des outils numériques plébiscités mais pas universels,
- Et les tendances et perspectives.

LES SERVICES NUMÉRIQUES D'AIDE À LA MOBILITÉ

Les dispositifs numériques d'aide à la mobilité sont nombreux et variés. Avant de se pencher sur leurs usages et leur impact, il est donc nécessaire de prendre connaissance des outils existants en France.

Les interfaces utilisateurs (application ou site web) sont primordiales, car elles permettent la mise en relation des utilisateurs avec les services proposés. Ainsi on observe qu'une grande majorité des acteurs proposent généralement un site internet et une application mobile en propre, parfois également des outils mutualisés entre plusieurs territoires, pour diminuer les coûts de production et permettre une couverture territoriale plus large.

Le graphe n°1 montre la répartition des services proposés parmi les réponses au questionnaire.



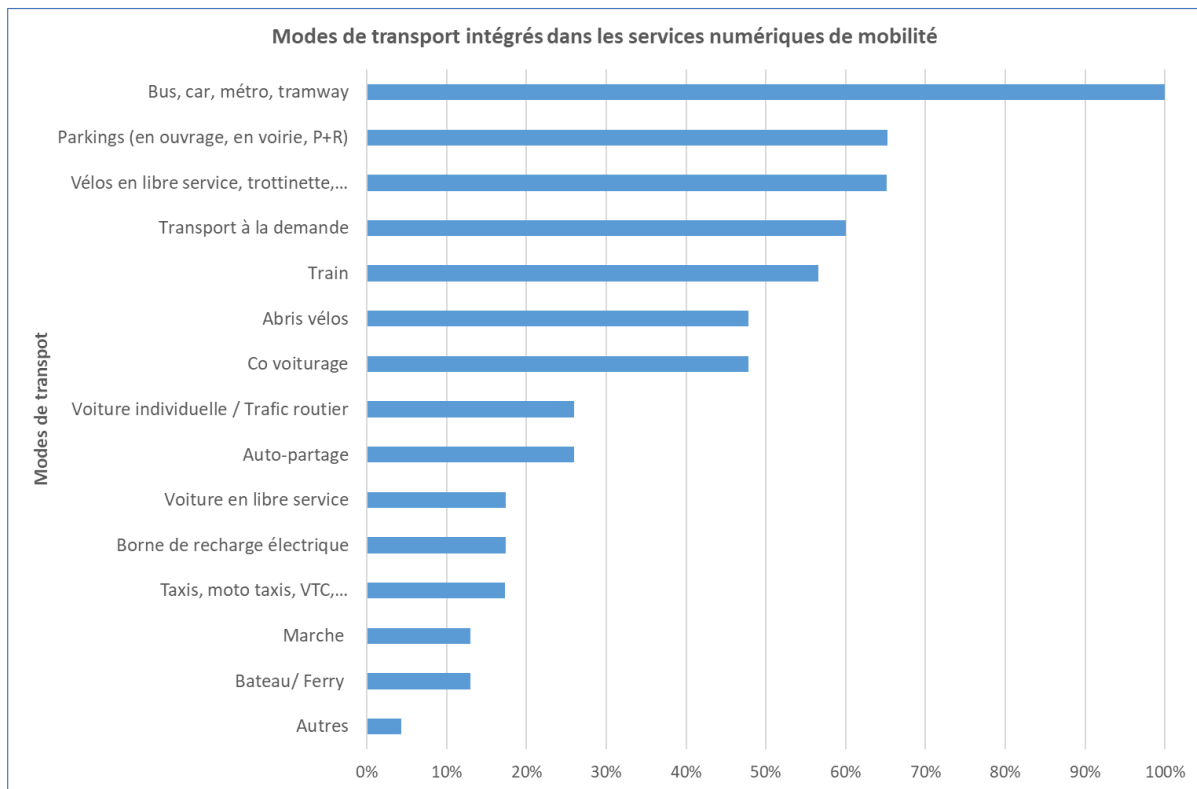
Graphique n°1 : Types de services numériques de mobilité

Dans la classe « Autres », sont regroupées les applications de transport à la demande, les boutiques en ligne, et les API spécialisées (Application Programming Interface).

De nombreuses applications proposent désormais des M-tickets (tickets dématérialisés qu'il suffit de présenter sur son mobile)³, mais aussi une boutique en ligne ou une information en temps réel.

Au-delà des nouvelles fonctionnalités, les habitudes de transport des usagers évoluent vers l'utilisation de plusieurs moyens de déplacement pour un trajet ou voyage. Cette tendance est facilitée par les services d'informations numériques qui proposent des solutions de déplacement gérant un nombre grandissant de services de mobilité, dont le transport public constitue l'ossature principale : bus, car, métro et tramway (comme le montre le graphique n°2 pour les 22 systèmes décrits dans les réponses au questionnaire).

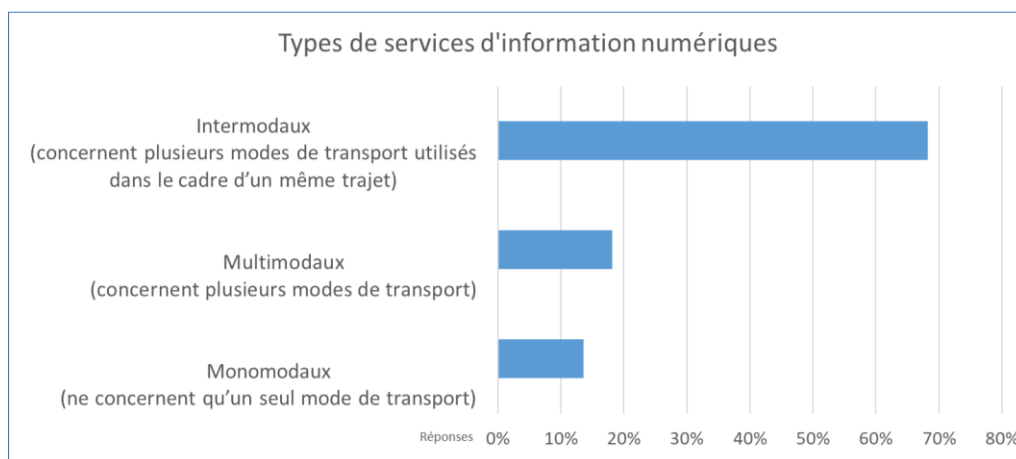
³ Les M-tickets peuvent être validés au moyen de QR-codes (stockés sur le mobile, ou en flashant un QR-code positionné sur le véhicule), de balises Bluetooth ou du protocole NFC. Ils viennent parfois en complément d'autres usages sans contact, eux aussi en croissance : le ticket SMS ou l'OpenPayment.



Graphique n°2 : Modes de transport intégrés dans le panel de services numériques (parmi les 22 réponses)

Le concept du MaaS consiste à intégrer tous les modes de transport d'un territoire donné et à proposer toutes les fonctionnalités dans un outil numérique unique. La réalité des services numériques multimodaux et intermodaux aujourd'hui en France est plus mesurée : généralement, chaque service de mobilité propose ses propres fonctionnalités de manière distincte et non intégrée au niveau national, régional, voire métropolitain.

Le graphique n°3 présente les types de services d'information numériques des 22 réponses au questionnaire. En majorité, ils permettent non seulement de comparer les alternatives modales, mais aussi de préparer un déplacement intermodal, combinant plusieurs modes de transport les uns à la suite des autres. Il faut toutefois nuancer ce constat : la plupart ne proposent que certains modes en intermodalité.



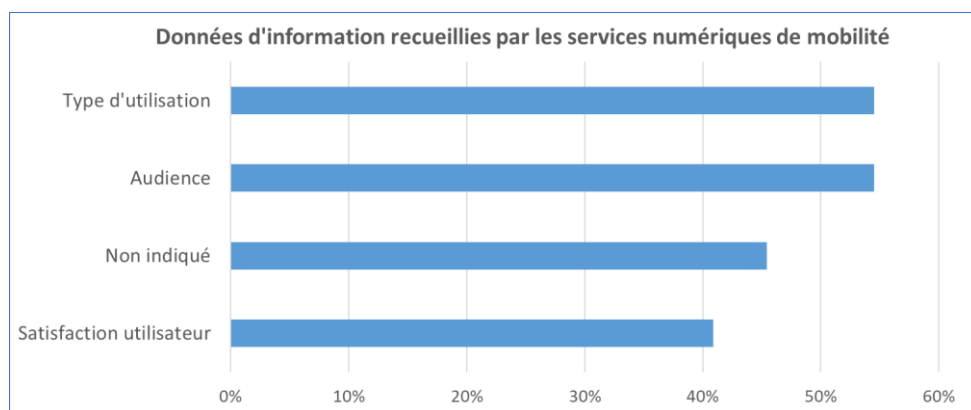
Graphique n°3 : Prise en compte des modes dans le panel de services numériques (22 réponses)

LES DONNÉES RECUEILLIES PAR LES SERVICES NUMÉRIQUES DE MOBILITÉ

Les services numériques constituent une opportunité de mieux connaître les pratiques et demandes des usagers. Des données sont ainsi collectées concernant les informations demandées ou les achats réalisés.

L'AUDIENCE DES OUTILS D'INFORMATION VOYAGEURS

L'audience n'est pas la seule information collectée par les systèmes d'information multimodale. Le type d'utilisation et la satisfaction client sont également utilisées afin d'améliorer l'information proposée et de suivre l'évolution des besoins des usagers. Néanmoins, seule la moitié des gestionnaires de ces systèmes se penche sur l'audience et le type d'utilisation qui est fait de ces outils, et encore moins (40%) s'intéressent à la satisfaction des utilisateurs.



Graphique n°4 : Données recueillies par le panel de services numériques d'information (22 réponses)

L'audience d'un site ou d'une application peut être caractérisée par le nombre de visites uniques par mois. Parmi les réponses apportées à l'enquête, on observe une audience très hétérogène sur le territoire national (données non représentatives) :

- Dans les métropoles : environ 600 000 visites uniques par mois en 2021, 440 000 en 2020 et plus de 1 000 000 en 2019⁴,
- Dans les territoires moins denses : moins de 10 000 visites uniques par mois.

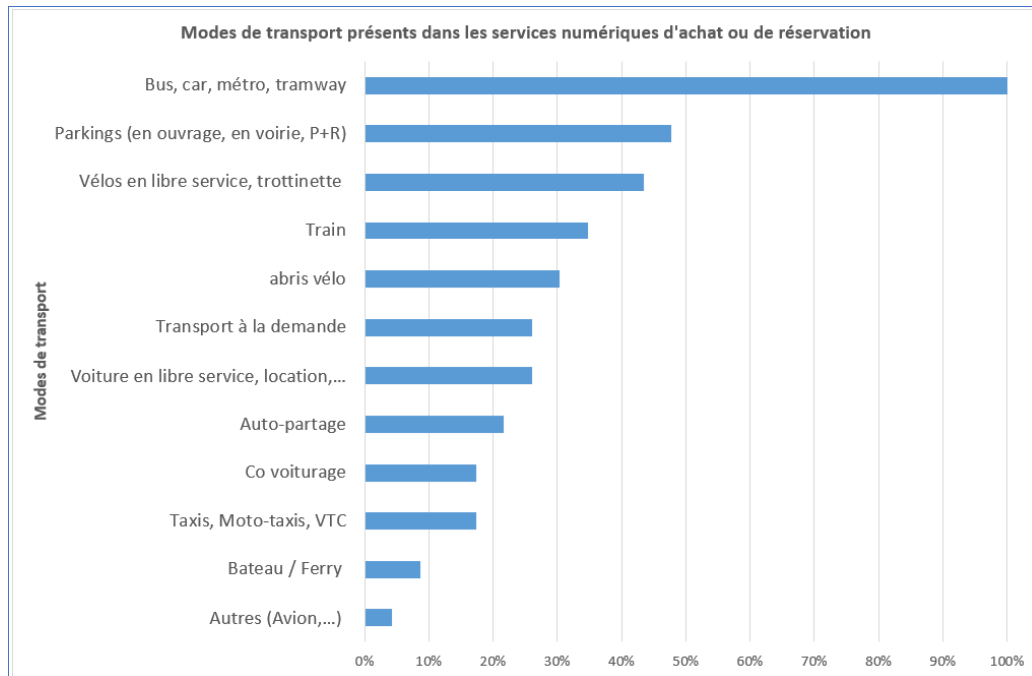
L'audience peut aussi s'apprécier par les actions réalisées par les utilisateurs, comme les requêtes d'itinéraire: par exemple environ 100 000 requêtes par mois en 2021 à Grenoble (plus de 90% des requêtes se faisant via les applications mobiles).

Le constat principal est une forte baisse des usages en 2020, liée au COVID-19 et à l'arrêt des déplacements pendant les confinements, suivie d'une très forte hausse au premier semestre 2021 avec des statistiques qui se rapprochent de celles de l'année 2019.

⁴ Moyenne effectuée sur les 6 premiers mois en 2021, et sur l'année entière pour 2019 et 2020.

LES DONNÉES RELATIVES À L'ACHAT ET À LA RÉSERVATION

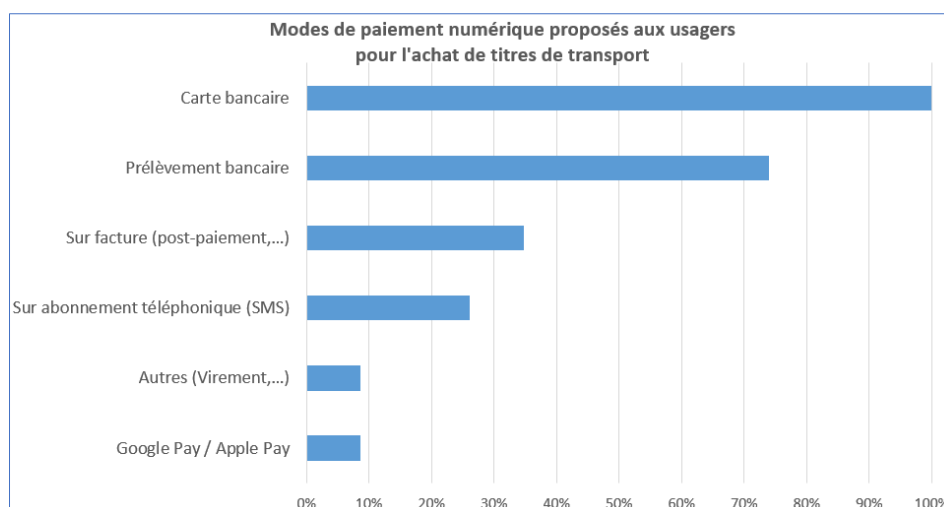
En complément des services d'information, les nouveaux services numériques de mobilité intègrent des fonctionnalités d'achat ou de réservation de titres de transport, essentiellement pour des transports collectifs urbains (bus, car, métro et tramway).



Graphique n°5 : Modes de transport disponibles à l'achat dans le panel de services numériques (22 réponses)

Les principaux canaux d'achat proposés aux usagers sont les sites web et les applications mobiles. 95% des 22 répondants au questionnaire proposent une boutique en ligne sur un site web et 90% proposent une application mobile pour acheter des titres de transport.

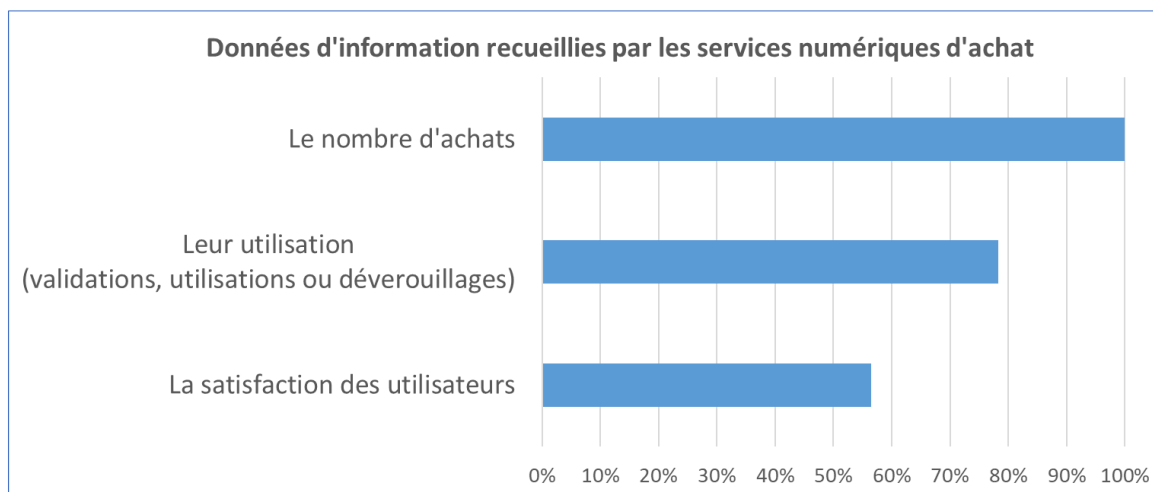
Ils proposent majoritairement un paiement par carte bancaire (différent de l'Open Payment) ou par prélèvement.



Graphique n°6 : Modalités de paiement proposées dans le panel de services numériques (22 réponses)

Résultats de l'enquête sur les services numériques

Les opérateurs de mobilité offrent la possibilité d'acheter et de réserver des titres de transport via les services numériques. Ils recueillent à la fois des données concernant le nombre d'achats, l'utilisation de leurs interfaces (validation d'un titre de transport, déverrouillage de trottinettes ou de vélos, utilisation d'un service externe – de taxi ou de covoiturage par exemple) et la satisfaction des utilisateurs. Cela leur permet notamment de suivre l'impact de la crise sanitaire sur leur performance et leurs services.



Graphique n°7 : Données recueillies par les services numériques d'achat (panel de 22 réponses)

Suivant les territoires et pour ceux qui la mesurent⁵, la part des achats numériques a fortement augmenté depuis le COVID-19 :

- Pour certaines grandes métropoles, elle passe de 4% à 8%,
- Pour certaines agglomérations, la part des achats numériques monte même jusqu'à 40% parmi les ventes de titres unitaires.

En parallèle, le COVID-19 a également engendré une forte baisse de la fréquentation des espaces physiques de vente et du recours aux supports clients téléphoniques. Ceci a été constaté par la majorité des 22 répondants au questionnaire, à travers leurs réponses à la question « Le développement des services numériques a-t-il réduit la fréquentation de : ».



Graphique n°8 : Impact des services numériques sur les canaux de relation client (panel de 22 réponses)

⁵ Chiffres indicatifs issus de quelques réponses seulement parmi le panel de 22 répondants à l'enquête.

DES OUTILS NUMÉRIQUES PLEBISCITÉS MAIS PAS UNIVERSELS

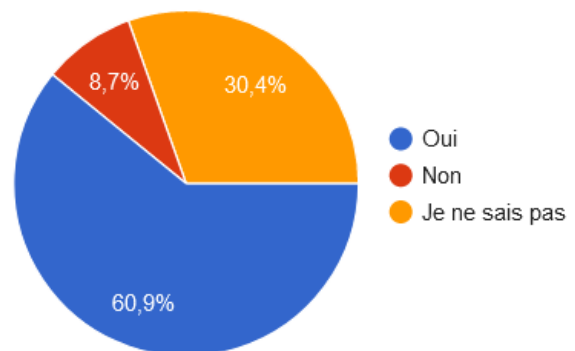
L'ÉVOLUTION DES USAGES

Pour plusieurs collectivités territoriales ou opérateurs de mobilité, on observe que le développement des services numériques a induit une réduction de la fréquentation des espaces de ventes physiques et des appels aux services de support client.

La crise sanitaire ayant eu un grand impact sur nos habitudes de vie, les services numériques ont été fortement plébiscités par les usagers.

Ainsi à la question : « Avez-vous constaté une augmentation de l'usage de vos services numériques depuis la COVID ? », une majorité des répondants ont répondu « oui ».

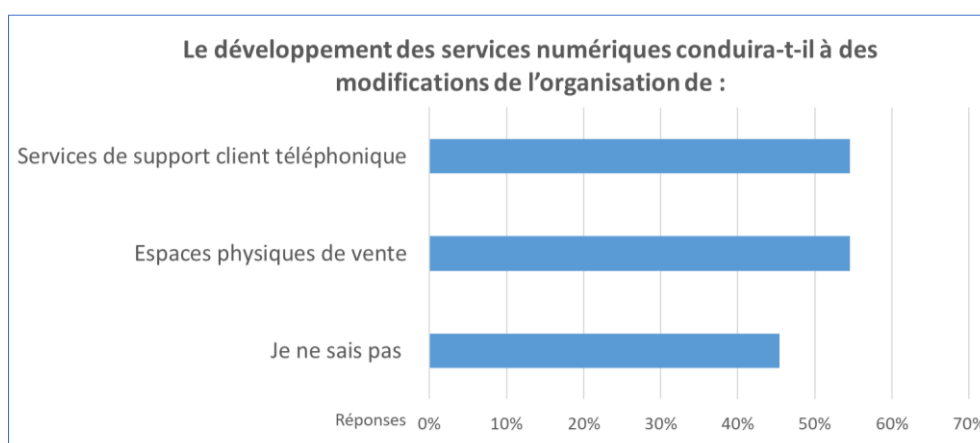
Néanmoins, tous les réseaux ne sont pas actuellement en capacité de mesurer cette augmentation.



Graphique n°9 : Augmentation de l'usage des services numériques depuis le Covid-19

Pour une majorité des acteurs interrogés, ces modifications d'usage vont entraîner à terme des modifications de l'organisation des espaces de ventes et des services de support téléphoniques traditionnels.

Ils le confirment au travers de leurs réponses à la question « Le développement des services numériques conduira-t-il à des modifications de l'organisation ? » :



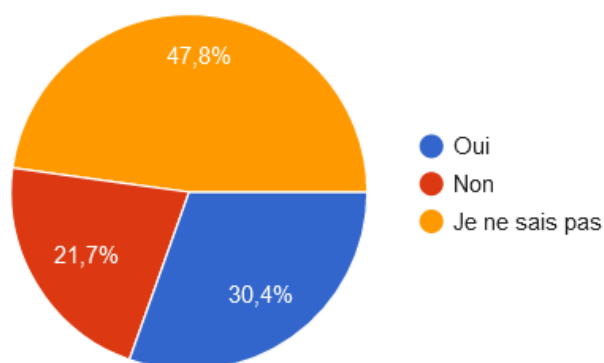
Graphique n°10 : Modifications de l'organisation liées au développement des services numériques

L'évolution des usages des services numériques de mobilité ne doit cependant pas faire oublier qu'une part non négligeable de la population n'utilise pas ces outils. Les freins à cette utilisation peuvent être nombreux.

LES FREINS ET ATOUTS DES SERVICES NUMÉRIQUES DE MOBILITÉ

Les services d'information et d'achats numériques pour la mobilité se développent grâce aux nouveaux services mis en place.

A la question : « Selon vous, existe-t-il des freins à l'usage de vos services d'information / d'achat numériques actuels ? », beaucoup ont indiqué qu'il existe des limites et des freins.



Graphique n°11 : Freins à l'usage des services numériques

Certains freins sont tout d'abord liés à l'outil numérique en général :

- Compréhension des itinéraires proposés,
- Saisie des données bancaires en ligne,
- Batterie de téléphone déchargée, perte de réseau mobile, ...
- Aisance des utilisateurs avec les solutions numériques proposées.

Et d'autres freins sont liés à la pertinence des services proposés :

- Absence d'une application unifiée multimodale regroupant des informations sur tous les modes de transport et opérateurs de transport d'une zone précise (bus, métro, tramway, cars, train, auto,...),
- Manque d'une personnalisation du parcours proposé aux usagers
- Interopérabilité limitée des solutions numériques permettant de fournir une information et une tarification complète et intégrée.

Il convient donc de bien impliquer les utilisateurs tout au long du projet et de la vie du service, en vue d'une amélioration continue, et de toujours proposer des solutions alternatives pour les usagers qui n'ont pas accès aux outils numériques.

Les acteurs interrogés mentionnent aussi **des freins dans la mise en œuvre** de ces outils :

- Retard des fournisseurs du monde du transport pour l'application des standards du e-commerce dans leurs outils de vente en ligne,
- Coûts exorbitants pratiqués par les acteurs du secteur de la billetterie des transports en communs,
- Frontières entre collectivités et SNCF qui perdurent et ne facilitent pas l'interopérabilité et le partage de l'information,
- Environnement non adapté des marchés publics et des collectivités au e-commerce,
- Mise en place de la gratuité des transports en commun dans certaines métropoles et collectivités (en raison de l'absence de paiement et de tarification intégrée, même si parfois la validation demeure),
- Choix difficile pour les métropoles et collectivités de l'opérateur MaaS, entre l'opérateur des transports en commun ou un marché spécifique.

Cependant, les applications de MaaS présentent des atouts indéniables qui expliquent une augmentation de leur utilisation. On relève ainsi que sur des personnes de différentes catégories sociales et différentes classes d'âges, les habitudes concernant l'usage de ce type de services changent, montrant un intérêt pour ces outils et une confiance dans l'information fournie.

Les changements s'observent notamment au travers d'éléments tels que l'augmentation :

- Des réservations ou encore les achats en ligne,
- De l'utilisation des modes de transports alternatifs (trottinettes, vélo/voiture en libre-service, co-voiturage...) qui sont systématiquement associés à des services de réservation et d'achats en ligne,

Les collectivités territoriales et opérateurs de mobilité l'ont d'ailleurs fort bien compris et accompagnent ces changements en proposant de nouvelles fonctionnalités.

Ainsi à la question : « *Depuis leur lancement, avez-vous enrichi vos services numériques avec de nouvelles fonctionnalités ?* », une majorité des répondants ont répondu « Oui, il y a moins d'un an ».



Graphique n°12 : Ajout récent de nouvelles fonctionnalités

Le développement de l'usage de ces outils numériques permet également aux collectivités et opérateurs d'améliorer la connaissance qu'ils ont des usages, et d'en faire progressivement de réels outils de pilotage des mobilités en temps réel.



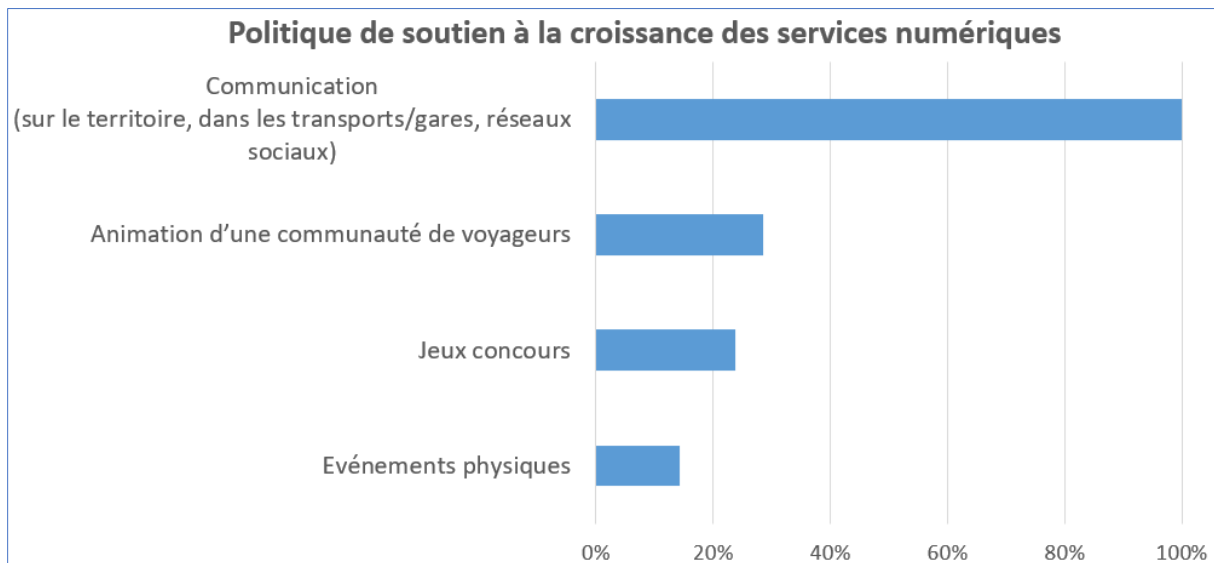
PERSPECTIVES ET TENDANCES

Les services numériques de mobilité sont souvent plébiscités grâce à leur facilité d'utilisation et à la simplification des déplacements qu'ils permettent. Les collectivités suivent donc cette forte attente des usagers, et à la question « *Projetez-vous d'enrichir vos services numériques avec de nouveaux services et ou nouvelles fonctionnalités ?* », plus de 91% des sondés ont répondu « *Oui, dans les deux ans à venir* ».



Graphique n°13 : Evolution prévue des services numériques

Les collectivités et les opérateurs mettent donc en place des mesures d'incitation à l'usage des services numériques, notamment au travers de campagnes de communication.



Graphique n°14 : Soutien aux services numériques de mobilité (Panel de 22 réponses)

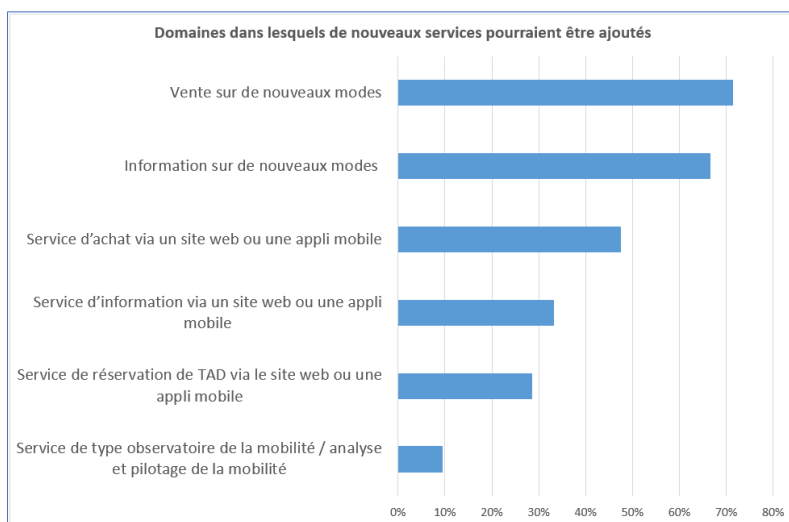
Les usages de ces services numériques sont en augmentation. En effet, l'intégration de différents services numériques et moyens de transport permet de délivrer un service plus complet incluant des solutions de déplacements multimodaux. De plus, on observe que l'achat des titres de transport en ligne sur internet ou smartphone est de plus en plus plébiscité par les usagers. Il s'agit d'une tendance de fond, observée grâce à la simplicité, la lisibilité et la rapidité des services proposés.

Ces nouvelles habitudes de déplacement et d'usage du numérique doivent être suivies de près par les opérateurs de mobilité et les collectivités territoriales, afin d'adapter leurs services numériques existants aux nouveaux besoins et demandes des usagers.

LES USAGES DU MAAS

En effet, les services numériques existants sont parfois considérés comme difficiles à utiliser ou au contenu non suffisant. L'enjeu est d'améliorer les services offerts aux usagers et de gommer les frontières modales et institutionnelles.

La crise sanitaire a accéléré le développement des applications numériques de services et les collectivités peuvent y voir une opportunité pour développer l'utilisation de leur MaaS. D'ailleurs à la question « *Dans quel domaine souhaitez-vous ajouter de nouveaux services ?* », les réponses des sondés vont dans ce sens :



Graphique n°15 : Nouveaux services envisagés

Les solutions ou pilotes de MaaS développés dans les villes de Göteborg (Suède), Helsinki (Finlande) et Vienne (Autriche) montrent qu'un service numérique peut contribuer à atteindre l'objectif d'une forte décroissance de l'usage de la voiture individuelle (-17% à -56% parmi les utilisateurs du service⁶, mais il s'agit d'une catégorie de population non représentative de l'ensemble des conducteurs). Ces villes ont en effet accompagné leurs politiques publiques volontaristes (incitation via la tarification, amélioration de l'offre de transports alternatifs à la voiture) par le développement d'applications MaaS cohérentes avec ces politiques précitées.

Les perspectives d'évolution des MaaS portés par une collectivité sont diverses et ces applications peuvent avoir pour objectif :

- De simplement viser le service rendu aux usagers pour faciliter la réponse à leurs besoins de mobilité,
- De poursuivre un projet global aboutissant à des impacts positifs en termes de lutte contre le réchauffement climatique, d'utilisation de l'espace public, et à un coût abordable pour tous,

Dans la lignée de la LOM, les collectivités peuvent laisser des opérateurs privés fournir un MaaS sur leur territoire, sous réserve d'un modèle économique viable. Ceux-ci poursuivront leurs propres objectifs, en cherchant à atteindre une rentabilité économique, mais ils peuvent aussi partager avec les collectivités certains objectifs globaux.

⁶ « [Les impacts du MaaS](#) », Cerema - 2020

ANNEXE : QUESTIONNAIRE

Retour d'expériences sur les usages des services numériques (MaaS & SIM)

Cette démarche s'inscrit dans le cadre de l'observatoire partenarial du MaaS piloté par le Cerema (<https://smart-city.cerema.fr/maas-observatoire>).

Le MaaS, pour « Mobility as a Service » est un concept qui a pour objectif d'assurer et de proposer à l'échelle d'un territoire un service unifié, complet et simple dans le cadre de la multimodalité tout en comprenant une information intermodale et multimodale centralisée et en temps réel sur l'ensemble des modes de déplacements possibles.

Un SIM (système d'information multimodale) est un système qui a pour but d'aider les usagers à préparer leurs déplacements. Il peut permettre l'information sur les lignes de transport (arrêt, horaire), calcul d'itinéraires et information sur les perturbations du trafic.

Connectez-vous à Google pour enregistrer votre progression. [En savoir plus](#)

*Obligatoire

VOUS CONNAÎTRE

1. Sur quel territoire travaillez-vous ? *

Votre réponse

2. Êtes-vous ? *

- Un opérateur de transport
- Une collectivité territoriale
- Un prestataire de services numériques
- Une agence conseil / AMO

3. Si vous êtes un opérateur de transport, merci de préciser le/les modes :

Votre réponse

4. Avez-vous mis en œuvre des services numériques de mobilité de type : *

- Site internet en propre
- Appli mobile en propre
- Site internet mutualisé (exemple: passpass.fr exploité par Hauts de France mobilités et partagé avec les syndicats des Hauts de France)
- Appli mobile partagé
- Autre : _____

5. Quel est l'âge de vos services numériques (préciser le service et l'âge en nombre d'année depuis le lancement) ? *

Votre réponse _____

6. Depuis leur lancement, avez-vous enrichi vos services numériques avec de nouvelles fonctionnalités ? *

- Oui, il y a moins d'un an
- Oui, il y a plus d'un an
- Non

7. Si oui, merci de préciser les nouveaux services :

Votre réponse _____

8. Est-ce que vos services d'information numériques sont : *

- Monomodaux (ne concernent qu'un seul mode de transport)
- Multimodaux (concerne plusieurs modes de transport)
- Intermodaux (concerne plusieurs modes de transport utilisés dans le cadre d'un même trajet)

9. Quels modes de transport figurent aujourd'hui dans vos services numériques d'information ? *

- Bus, car, métro, tramway (Transports en Commun ou TC)
- Train
- Avion
- Bateau / Ferry
- Voiture individuelle / trafic routier
- Auto-partage
- Co-voiturage
- Transport à la demande
- Taxis
- VTC
- Moto-Taxi
- Voiture de location (loueurs)
- Voiture en libre-service
- Vélos en libre-service, trottinettes
- Parkings (en ouvrage, en voirie, P+R)
- Abris vélos
- Bornes de recharge électrique
- Autre : _____

10. Concernant les données d'information voyageurs recueillies via vos services numériques, mesurez-vous et suivez-vous aujourd'hui ? *

- Leur audience
- Leur utilisation
- La satisfaction des utilisateurs de ces services
- Non suivi / Non concerné / NSP / ne souhaite pas répondre

11. Si vous mesurez l'audience, pourriez-vous nous donner une idée de valeur : nombre moyen indicatif de visites uniques / mois (internet et/ou mobile) ?

Votre réponse

12. Si vous mesurez leur utilisation, pourriez-vous nous donner une idée de valeur : nombre moyen indicatif de requêtes d'itinéraire de transports / mois (internet et/ou mobile) ?

Votre réponse

13. Quels modes de transport figurent aujourd'hui dans vos services numériques d'achat ou de réservation ? *

- Bus, car, métro, tramway (Transports en Communs ou TC)
- Train
- Avion
- Bateau / Ferry
- Voiture individuelle / trafic routier
- Auto-partage
- Co-voiturage
- Transport à la demande
- Taxis
- VTC
- Moto-Taxi
- Voiture de location (loueurs)
- Voiture en libre-service
- Vélos en libre-service, trottinettes
- Parkings (en ouvrage, en voirie, P+R)
- Abris vélo
- Bornes de recharge électrique
- Autre :

14. Concernant l'achat numérique des différents modes, quels sont les canaux d'achat que vous proposez aujourd'hui à vos voyageurs ? *

- Via une appli mobile
- Via un site web
- Autre :

15. Quels modes de paiement numériques proposez-vous aujourd'hui à vos voyageurs pour l'achat de leurs modes de transport ? *

- Carte bancaire
- Prélèvement
- Sur facture (post paiement)
- Sur abonnement téléphonique (SMS)
- Autre :

16. Concernant les données de vente et/ou de réservation recueillies via vos services numériques, mesurez-vous et suivez-vous aujourd'hui : *

- Leur nombre (nombre d'achats)
- Leur utilisation (nombre de validation, d'utilisation ou de delock)
- La satisfaction des utilisateurs de ces services
- Autre : _____

17. Si vous mesurez leur nombre, pourriez-vous nous indiquer la part approximative des achats numériques TC dans vos ventes de titres au global, en % avant Covid et après Covid

Votre réponse _____

EVOLUTIONS DES USAGES

18. Le développement des services numériques a-t-il réduit la fréquentation de : *

- Vos espaces physiques de vente ?
- Vos services de support client téléphonique ?
- Je ne sais pas

19. Avez-vous constaté une augmentation de l'usage de vos services numériques depuis la COVID ? *

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

20. Le développement des services numériques conduira-t-il à des modifications de l'organisation de : *

- Vos espaces physiques de vente ?
- Vos services de support client téléphonique ?
- Je ne sais pas

21. Selon vous, existe-t-il des freins à l'usage de vos services d'information / d'achat numériques actuels ? *

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

22. Si oui, merci de nous préciser les freins :

Votre réponse

23. Avez-vous une politique de soutien à la croissance de l'utilisation de vos services numériques ?

- Communication (sur le territoire, dans les transports/gares, réseaux sociaux)
- Evénements physiques
- Jeux concours
- Animation d'une communauté de voyageurs
- Autre : _____

24. Selon vous, quels sont les facteurs de succès dans l'adoption, par les usagers, de ces services numériques ? *

Votre réponse

25. Aujourd'hui, projetez-vous d'enrichir vos services numériques avec de nouveaux services et/ou nouvelles fonctionnalités ? *

- Oui dans les 2 ans à venir
- Pas avant deux ans
- Je ne sais pas

26. Si oui, dans quel domaine souhaitez-vous ajouter ces nouveaux services ?

- Service d'information via un site web ou une appli mobile
- Information sur de nouveaux modes
- Service d'achat via un site web ou une appli mobile
- Vente sur de nouveaux modes
- Service de réservation de TAD via le site web ou une app
- Service de type observatoire de la mobilité / analyse et pilotage de la mobilité
- Non concerné ou je ne sais pas
- Autre :

27. Globalement, Quelles tendances identifiez-vous dans les usages et attentes des services numériques de mobilité ?

Votre réponse

Merci de votre contribution

Envoyer

Effacer le formulaire

