



LES MARDIS DE L'ORT

Principes de tarifications : Leviers de développement des transports collectifs ?

**Mardi 15 décembre 2009
Conseil Général de la Sarthe**

**PRESENTIONS
VIDEOS**

Partenaire :



SOMMAIRE

Présentations vidéos des intervenants

**La tarification des transports publics en France :
état des lieux, enjeux et perspectives** 3
Guillaume COSTANZO,
Chef de projet – tarification, Cabinet TTK

Métrocéane : un exemple innovant de multimodalité *tarifaire* 26
Simon THOUZEAU,
Chargé de mission tarification, Conseil Régional

Mise en place de la tarification unique : 35
l'exemple des TIS en Sarthe
Jean-Jacques BOUGAULT,
Directeur du service transport, Conseil Général de la Sarthe

Liste des présents 48

Animateur : *Gilles MÉRIODEAU,* chargé de mission à l'ADEME

La tarification des transports publics en France : état des lieux, enjeux et perspectives

Guillaume COSTANZO,
Chef de projet – tarification, Cabinet TTK



**Mardi de l'ORT du 15 décembre 2009 :
Principes de tarifications : Leviers de développement des transports
collectifs ?**

**La tarification des transports publics en France : état des lieux,
enjeux et perspectives**

Guillaume Costanzo

© TTK GmbH 2009

La tarification des transports publics en France : état des lieux, enjeux et perspectives

1. Le cadre général de la tarification
2. La construction du prix
3. Les types de produits couramment présents dans les gammes
4. L'émergence de la problématique multimodale et les évolutions apportées par la billettique

© TTK GmbH 2009 2

1. Le cadre général de la tarification

2. La construction du prix

3. Les types de produits couramment présents dans les gammes

4. L'émergence de la problématique multimodale et les évolutions apportées par la billettique

A quelles notions fait référence la tarification dans les transports publics ?

- > Principe tarifaire
- > Niveau de prix
- > Titre de transport
- > Titre unique, intermodal, multimodal
- > Gamme tarifaire
- > Billetterie / Billettique
- > Réseau de distribution
- > Contrôle et fraude
- > Incidences sur la fréquentation et les recettes
- > Tarification sociale
- > Compensation tarifaire, répartition de recette
- > Stratégie de politique tarifaire AO / exploitant

Le tarif dans un réseau de transport collectif

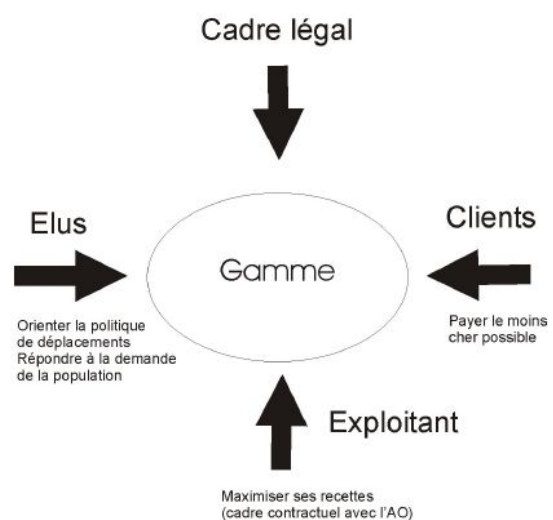
Le tarif n'est qu'un des éléments d'un réseau...

- > L'offre de transport (tracé des lignes, horaires, fréquence) reste le 1er point d'entrée d'un réseau de transport en commun



Les acteurs et les enjeux de la politique tarifaire

- ... mais est à la croisée de demandes et d'objectifs souvent contradictoires
- > Doit traiter les segments de marché (besoins de la clientèle)
- > ... tout en conservant une lisibilité
- > Avec un niveau de prix attractif...
- > ... tout en maximisant les recettes
- > Être en cohérence avec la politique globale de déplacements
 - > Parking
 - > Décongestion
 - > Lutte contre la pollution
- > Assurer une fonction sociale (accessibilité au transport, droit au transport)



Les objectifs de la tarification des services

Globalement la tarification d'un service doit répondre à :

- > **Des objectifs économiques**
 - > Procurer des ressources au service
 - > Assurer une allocation des ressources (publiques et privées) se rapprochant de l'optimum
- > **Des objectifs sociaux**
 - > Assurer une redistribution vers les catégories définies comme prioritaires par la politique sociale de la collectivité
- > **Des objectifs Marketing**

Plusieurs AOT, plusieurs gammes tarifaires

En France (hors IdF), une gamme tarifaire unique par AOT mais plusieurs AOT sur un même territoire sans tarif unique.

Sur un même territoire coexistent le plus souvent 3 voire 4 offres de transport

- > l'offre de transport urbaine
- > l'offre de transport départementale (scolaire et interurbaine)
- > l'offre de transport régionale
- > l'offre de transport nationale (SNCF)

Se traduisant le plus souvent par 3 ou 4 politiques tarifaires différentes avec chacune ses particularités et ses orientations politiques.

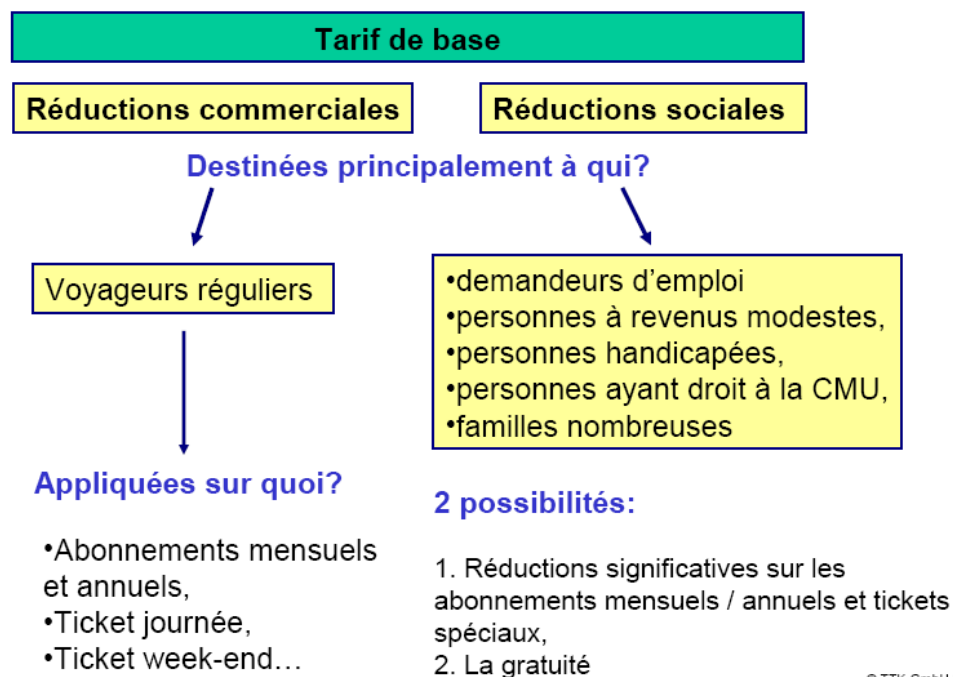
Tarif des transports collectifs et marché des déplacements

Segmentation du marché et des produits

- > Par motif : domicile-travail, domicile-études, loisirs, ...
 - > Abonnement de travail, carte Escapades
- > Par âge
 - > Carte 12-25, Découverte Senior
- > Par la fréquence du déplacement :
 - > Abonnement, cartes à réduction, titre journalier, titre unité
- > Par le nombre de personnes : seul ou en famille, avec un enfant, en groupe
- > Par le revenu
 - > Tarification sociale à destination des demandeurs d'emploi, des RMIstes, ...

La diversité des produits traduit la complexité du marché des déplacements.

La nécessité de définir une gamme tarifaire



Le cadre légal

Globalement très grande liberté de tarification sur les réseaux urbains et départementaux

- > Pas d'encadrement des prix
- > Pas de tarification nationale
- > Peu de contraintes en termes de tarification sociale

Au contraire la tarification sur les TER reste très encadrée

- > Avec la nécessité de prendre en compte la tarification nationale

Loi SRU

- > Article 123 : tarification demi-tarif à destination des personnes relevant de la CMU-C et leurs ayant-droit sans condition de résidence

Décret du 30 décembre 2008

- > Prise en charge par l'employeur de la moitié des « abonnements multimodaux à nombre de voyages illimité ainsi que les abonnements annuels, mensuels, hebdomadaires ou à renouvellement tacite à nombre de voyages illimité »

Les évolutions récentes

Urbain

- > Décentralisation complète hors IdF (liberté de réseau, d'exploitant et de tarification)
- > Jusqu'à récemment la tarification des réseaux urbains visaient essentiellement une clientèle captive ou par un traitement sur le statut
- > Des AO fortement impliquées dans la définition de la politique tarifaire
- > De nouveaux enjeux sont apparus : congestion des centres-villes, développement durable
- > Volonté de s'ouvrir à d'autres clientèles que la clientèle captive et à d'autres motifs que les déplacements contraints
- > Enjeux dans le futur : étendre les dessertes sans trop dégrader les finances publiques, étendre les PTU
- > Dans un contexte où la tarification forfaitaire est prépondérante

Départemental

- > Dans le passé, beaucoup de liberté laissée aux exploitants : dessertes, horaires, tarifs
- > Avec une clientèle essentiellement scolaire
- > Depuis peu volonté très nette d'ouvrir le réseau à d'autres usages : domicile-travail, loisirs
- > Fort développement des tarifications forfaitaires (billets à 2€)
- > Enjeux : niveau d'offre à faire évoluer pour répondre à la volonté de développement du réseau, tarification vraisemblablement à revoir en conséquence

Les évolutions récentes

Région

- > Décentralisation très récente
- > Encore une forte emprise de la SNCF sur les dessertes et les tarifs
- > Pas de liberté complète de tarification : les produits développés par les Régions ne peuvent que s'ajouter aux produits décidés nationalement par la SNCF
- > Enjeux : Créer un effet de gamme régionale par absorption de la gamme tarifaire nationale, reprendre la main sur les recettes

1. Le cadre général de la tarification

2. La construction du prix

3. Les types de produits couramment présents dans les gammes

4. L'émergence de la problématique multimodale et les évolutions apportées par la billettique

La formation du prix

Prix de référence en économie marchande : rémunération attendue par le producteur pour la prestation assurée permettant de couvrir les coûts

Prix_{théorique} = f (distance, vitesse commerciale, fréquentation)

En réalité le prix est fonction de bien des éléments :

- > de la disponibilité (réelle ou perçue) à payer pour les TP,
- > de la concurrence modale,
- > de la volonté politique,
- > de l'historique,
- > ...

Principes de tarification des services

| | Prix indépendant de la consommation (forfait) | Prix dépendant partiellement de la consommation (abonnement + consommation) | Prix entièrement dépendant de la consommation |
|--------------------------------------|--|---|---|
| Prépaiement | Abonnements mensuels, annuels Abonnements parking, remontées mécaniques | Abonnement Fréquence SNCF | Carnet de <i>n</i> voyages Carte de stationnement prépayée |
| Paiement simultané à la consommation | | | Ticket à l'unité Piscine, cinéma, stationnement... |
| Postpaiement | Internet | Eau, gaz, électricité, téléphone, Abonnement Liber-t sur les autoroutes... | Téléphone sans abonnement |

- > Forte prépondérance du prépaiement
- > Est en train d'évoluer fortement avec la billettique

Le tarif unique ou plat

Un seul niveau de prix pour chaque produit quelles que soient la longueur et l'heure du trajet

Avantages :

- > Très grande lisibilité du tarif (compréhension, communication et utilisation)
- > Très vendeur politiquement : outil de redistribution vers les classes moyennes « périphériques »

Inconvénients :

- > Va à l'encontre de l'objectif d'équilibre économique quand les PTU s'étendent (recette moyenne au km produit s'effondre)
- > Perte de rapport au coût
- > Par corolaire, réduit la rentabilité des projets ferrés périurbains longs (ex: Lyon – Neuville) : le prix plat se paye par un renoncement à des modes « nobles »
- > A éviter sur un réseau conçu pour faire de longs trajets
- > Entrave l'intégration tarifaire TER/TCU



Les différents types de modulations tarifaires

En fonction de la distance

- > Kilométrique
- > Par section
- > Zonal

En fonction de l'heure de déplacement

- > Heures de pointe / heures creuses

En fonction du trajet effectué

- > Trajet via une infrastructure très utilisée ou via une infrastructure avec capacités résiduelles

Autres types de modulation

Les modulations en fonction de la distance

La tarification kilométrique

- > Principe : le prix est calculé en fonction de la longueur du trajet
- > C'est la base des tarifications des chemins de fer (SNCF, DB, CFF, ÖBB,...)

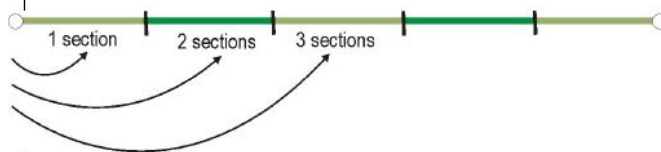
- > Avantages :
 - > Très juste « économiquement » (prix proportionnel à la consommation)
 - > Pas d'effets de seuil (sauf pour la tarification à section)

- > Inconvénients
 - > Restreint le périmètre de validité des produits à une seule O/D
 - > Difficile de communiquer sur le prix des produits et de distribuer les titres
 - > Acceptabilité sociale du prix sur les longues distances
 - > Faible rentabilité en cas de trajets courts dominants (minimum de perception à mettre en place cf. SNCF)

Les modulations en fonction de la distance

La tarification par section linéaire ou dégressive

- > Principe : une ligne de TC donnée est divisée en sections et le prix est calculé en fonction du nombre de sections traversées lors du déplacement.



NOUVEAU : FIN DU SECTIONNEMENT

A partir du 1er septembre 2009, votre réseau d'autobus est à tarif unique...

Plus de sectionnement donc, un seul tarif par type de titre quel que soit la longueur de votre trajet, avec ou sans correspondance.

Correspondances

Vous utilisez un ticket vendu par le conducteur ou une Carte Dix Voyages ...
Si votre déplacement nécessite une correspondance, il convient juste d'oblitérer votre titre de transport une seconde fois en montant dans le bus de correspondance.

Attention : L'aller - retour sur une même ligne ne peut être considéré comme une correspondance.

[La liste des lignes](#)

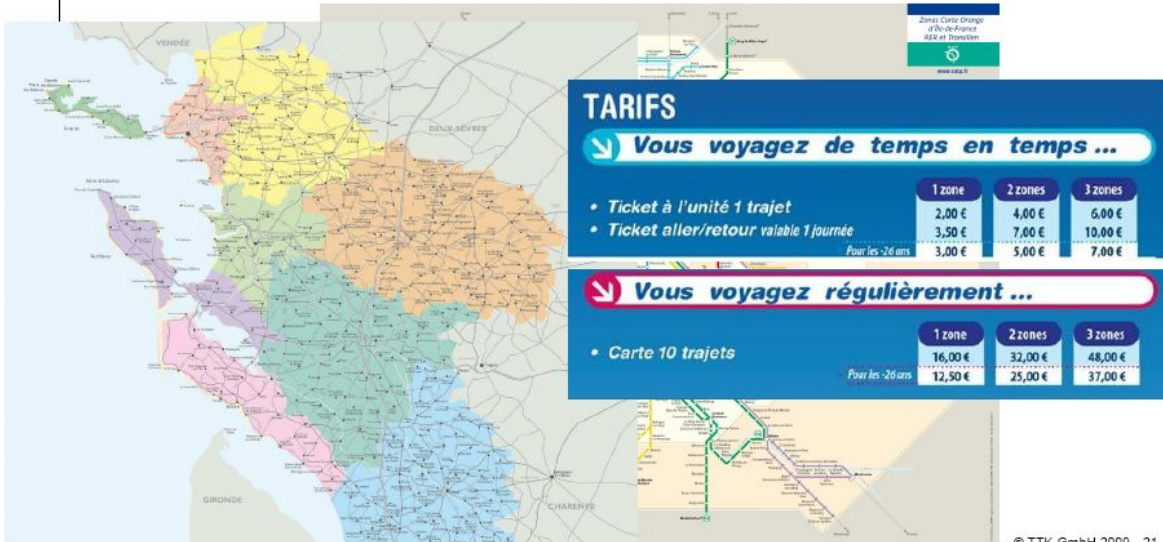
- > Avantages
 - > Plus lisible que la tarification kilométrique
- > Inconvénients
 - > Lisibilité assez difficile
 - > Difficulté à distribuer le titre
 - > Ne résout pas les variantes d'itinéraire

Globalement en voie de disparition

Les modulations en fonction de la distance

La tarification zonale

- > Principe : le territoire est divisé en zones et le prix du produit se calcule en fonction du nombre de zones achetées.

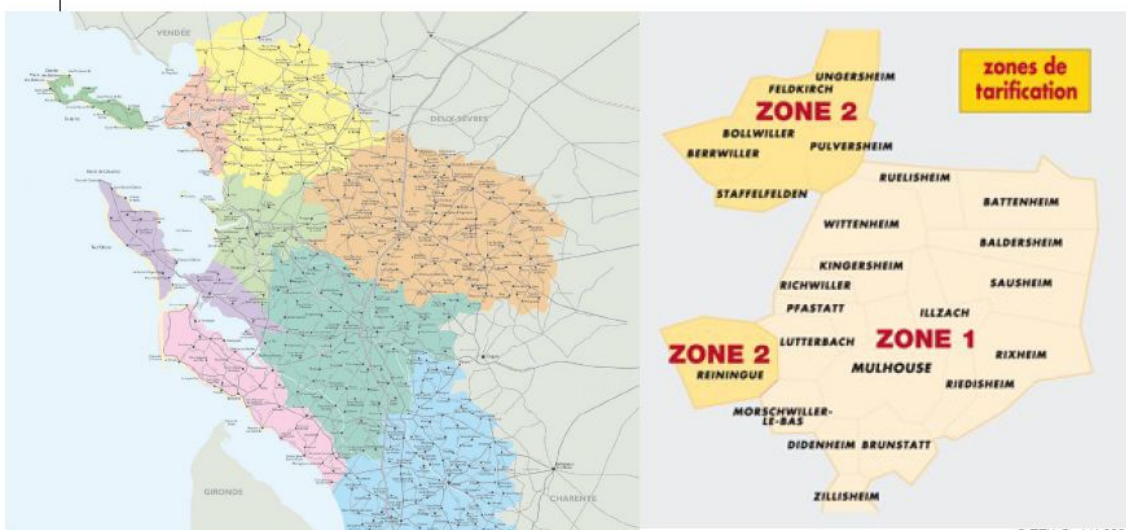


© TTK GmbH 2009 21

Les modulations en fonction de la distance

La tarification zonale

- > En France hors IdF utilisée dans les réseaux départementaux mais aussi à la marge dans les réseaux urbains (ex : Mulhouse)

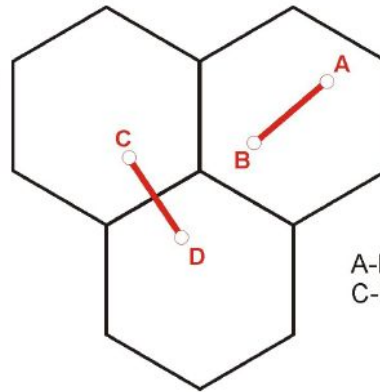


© TTK GmbH 2009 22

Les modulations en fonction de la distance

La tarification zonale

- > Principe : le territoire est divisé en zones et le prix du produit se calcule en fonction du nombre de zones achetées.
- > Avantages :
 - > Permet une lisibilité du tarif
 - > Tout en assurant la progressivité tarifaire
 - > Résout le problème des variantes d'itinéraires
 - > Moindres effets de bord par rapport à une grande zone à tarif plat
- > Inconvénients :
 - > Acceptabilité sociale dans les zones les plus périphériques
 - > Exigeant en termes de distribution (vente dans les véhicules, automates,...)

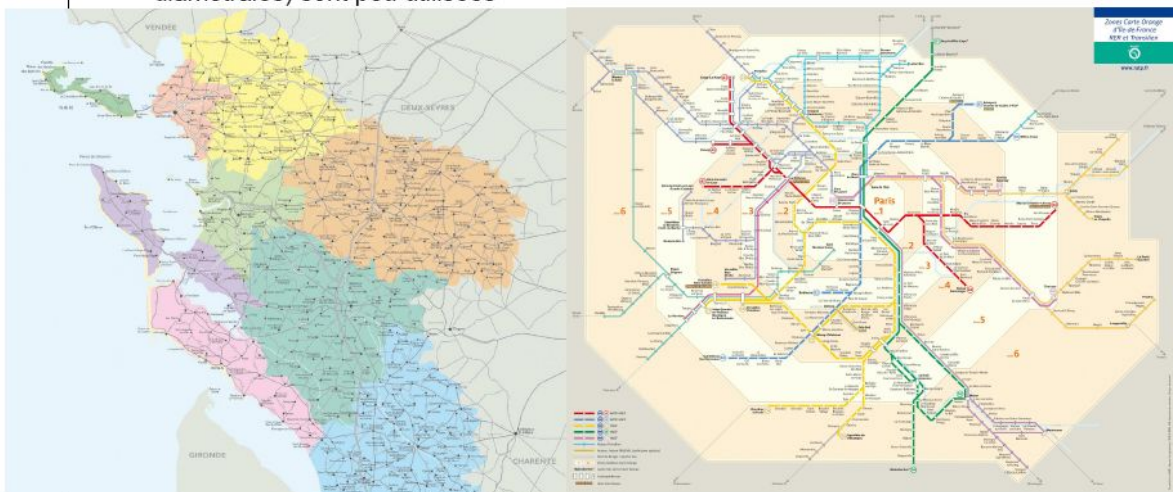


A-B : 1 zone
C-D : 2 zones

Les modulations en fonction de la distance

La tarification zonale

- > Deux grands types de zonage : alvéolaire ou concentrique
- > Le zonage concentrique, plus lisible, est à réserver aux réseaux centrés sur une seule agglomération et dans lesquels les liaisons de périphérie à périphérie (intrazones ou diamétrales) sont peu utilisées



Les modulations temporelles

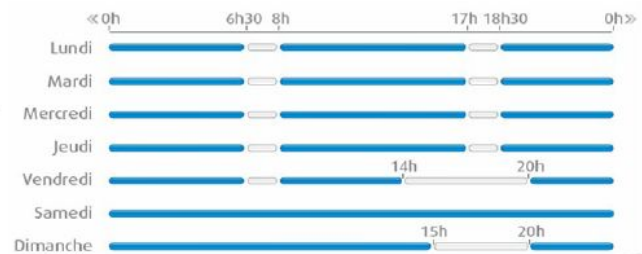
Principes :

- > Pour un même produit prix différent en fonction de l'heure de déplacement
- > Ou limitation de la validité des produits à certaines plages horaires avec avantage tarifaire
- > Permet de favoriser le remplissage des transports en commun en heures creuses et de les soulager en heures de pointe

Exemples :

- > Rare en France, très développé en Allemagne et en Angleterre
 - > Allemagne : 9h-Abonnement
 - > Angleterre : tarif Off-Peak

- > Exemple d'application en France :
le calendrier voyageurs de la SNCF
Ganéó à Rennes



© TTK GmbH 2009 25

Les autres types de modulations

En fonction du type de service

- > Dans les réseaux urbains : les services spéciaux ont souvent leur tarification propre (TAD, TPRM)
- > Tarification TGV / TER
- > Services spéciaux aéroport (OrlyVal, TAN Air,...)
- > Poste : tarif lent

En fonction des services associés au tarif

- > Tarif pro / Loisir (SNCF)

Yield Management

© TTK GmbH 2009 26

La tarification sociale

Le transport public un des rares services publics où certaines catégories de personnes ont droit à des réductions.

Un sujet sensible pour les élus dont la créativité sur le sujet est quasi sans limite.

Un cadre législatif relativement simple mais rarement respecté.

Des procédures d'attribution des titres parfois complexes.

La tarification sociale

Seule obligation légale : l'article 123 de la loi SRU

- > Et seulement pour les réseaux urbains

Sinon les cibles potentielles sont particulièrement nombreuses

- > familles nombreuses, boursiers, seniors non imposables, demandeurs d'emploi (et les différentes catégories), RSA,...

Trois modes principaux de tarification sociale

- > Gratuité → forte contrainte sur l'utilisation
- > Soit réduction sur le prix du carnet de tickets
- > Soit réduction sur le prix des abonnements

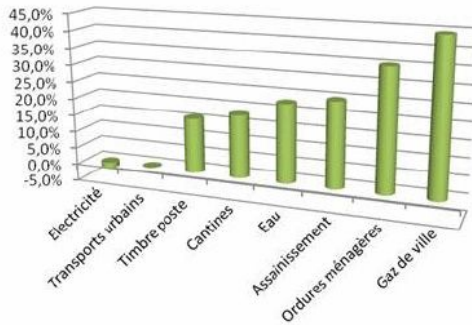
□ Quelle limite de validité pour l'attribution du tarif social ?

Exemple : tarification sociale à destination des familles nombreuses

- > Carnet de tickets famille nombreuse à prix réduit
- > Ou dégressivité des abonnements scolaires en fonction du nombre d'enfants dans le ménage

Les conséquences des politiques tarifaires menées ces dernières années

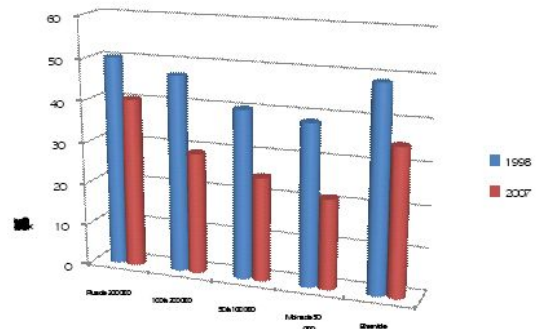
Évolution des prix des services publics entre 1998 et 2007



Une recette par voyage stable à 0,5 € courant en moyenne soit une baisse de prix de l'ordre de 15 % en monnaie constante

Une dégradation sensible du taux de couverture des charges par les produits

Évolution du taux de couverture entre 1998 et 2007



1. Le cadre général de la tarification
2. La construction du prix
3. Les types de produits couramment présents dans les gammes
4. L'émergence de la problématique multimodale et les évolutions apportées par la billettique

Les différents types de titres

On peut regrouper la grande majorité des produits tarifaires des réseaux de transport en commun en 4 grandes catégories

- > Titres à décompte
- > Forfaits
- > Abonnements
- > Cartes de réduction

Les différents types de titres

Titres à décompte : billets à l'unité, carnet

- > Permettent un déplacement ou un voyage sur le réseau
- > Non nominatifs
- > Avec ou non une correspondance possible
- > Avec ou non possibilité de faire un aller-retour
- > Durée de validité limitée (généralement 1h dans un réseau urbain)
- > Se déclinent en carnet, en tarif réduit voire en carnet à tarif réduit, en billet de groupe...

Forfaits

- > Produits non nominatifs permettant la libre circulation sur une durée déterminée (24h, 7 jours,...)
- > Généralement de temps courts
- > Pas de formalité préalable à l'achat
- > Très utilisés par les touristes, parfois combinés à des réductions sur les sites touristiques

Les différents types de titres

Abonnements

- > Titres nominatifs de libre circulation sur une période donnée
- > En France généralement carte nominative valable 1 an permettant d'acheter des coupons d'abonnement
- > Coupons hebdomadaires, mensuels, trimestriels,...
- > Par abus de langage, tout type de titre > 7 jours

Cartes de réduction

- > Carte généralement payante permettant d'acheter des billets à l'unité à tarif réduit
 - > Exemple : carte 12-25, Senior, Familles nombreuses, Bahncard,...
- > Presque uniquement dans les réseaux ferroviaires
- > Produit de fidélisation
- > En milieu urbain, généralement carte d'ayant droit (gratuite) à une tarification sociale



Types de titre et fréquence d'utilisation

| | Urbain | Départemental | Régional |
|-------------|-------------------------------------|--------------------------|--|
| Occasionnel | Titre unité Forfait courte durée | Titre unité | Titre unité Forfait courte durée |
| Régulier | Carnet de tickets | Carnets de ticket (rare) | Cartes de réduction Carnet de ticket (rare) |
| Fréquent | Abonnement | Abonnement | Abonnement |

- > Selon le réseau, le produit de fidélisation de la clientèle occasionnelle sera le carnet de tickets ou la carte de réduction
- > Deux grandes politiques de marketing : sur le prix / sur le niveau de réduction

Les modalités de différenciation des produits

Selon l'âge

- > Produit jeunes / seniors

Selon le statut

- > Salariés, étudiants, retraités, demandeurs d'emploi

Selon le motif de déplacement

- > Abonnement domicile-travail (ex : AT SNCF)
- > Abonnement domicile-études (ex : AEEA SNCF)

Selon le nombre de personnes

- > Billet de groupes, billet « famille »

Selon la durée de validité

- > Titre 24h, abonnement hebdomadaire, mensuel, annuel,...

Deux modalités peu utilisées en France

- > La glissance
- > La non-nominativité

Les produits groupes / familles

Les déplacements en groupe sont traditionnellement un des points noirs des transports collectifs

- > Demande en fort développement
- > Deux modes principaux :

- > Pour les grands groupes (ex : scolaires), forte réduction attribuée sur le ticket unité
- > Pour les familles, produits forfaitaires éventuellement limités aux week-end

| Ville | Type de titre | Conditions d'attribution, prix, réduction accordée |
|----------|--------------------------------|--|
| Limoges | Billet Journée 3 personnes | 5 € (contre 3,30 € le titre journalier 1 personne) |
| Poitiers | Ticket Famille | Ticket valable pour une famille de 2 à 5 personnes, composée d'un ou deux adultes et d'enfants de moins de 18 ans. 4,70 € |
| Lorient | Ticket Journée familles | 5€ Pour des groupes de 2 à 6 personnes (dont 1 adulte). Valable 24 heures, uniquement les week-end et jours fériés. |
| Nantes | Ticket 24 heures / 4 personnes | 4,10 €, permet à 4 personnes max. un nombre illimité de voyages pendant 24 heures consécutives ou s'il est composté un samedi ou la veille d'un jour férié, il est utilisable le jour de compostage ainsi que le dimanche ou le jour férié |
| Le Mans | Ticket Famille Samedi | Valable le samedi jusqu'à 4 personnes, de 13h00 à 19h00. 2 € |

Les tendances

Disparition progressive des titres ayant des contraintes d'utilisation pour un motif ou restrictifs en termes de volume

- > abonnement domicile travail, pass 10 voyages / 7 jours, abonnement 1 AR par jour

Une politique de fidélisation des usagers

- > par le développement des abonnements notamment par la création de version annuelle souvent à prix intéressant ;
- > mais rarement par une incitation tarifaire via l'augmentation des billets unités ou en carnet ;

Une certaine simplification des gammes commerciales

- > développement d'une segmentation sur l'âge,
- > globalement passage d'une démarche administrative à une démarche commerciale.

Vers des offres tarifaires globales de mobilité

- > VLS, autopartage, stationnement / parc relais

1. Le cadre général de la tarification

2. La construction du prix

3. Les types de produits couramment présents dans les gammes

4. L'émergence de la problématique multimodale et les évolutions apportées par la billettique

L'émergence de la problématique multimodale

La carte Orange en 1975 et pendant 30 ans rien ou presque hors IdF...

Des difficultés nombreuses :

- > techniques, financières, organisationnelles, législatives

Une première étape le développement de tarifs combinés

- > par exemple TER + TCU

Des produits essentiellement à destinations des abonnés

Les déplacements occasionnels encore peu traités et pourtant le réservoir d'induction

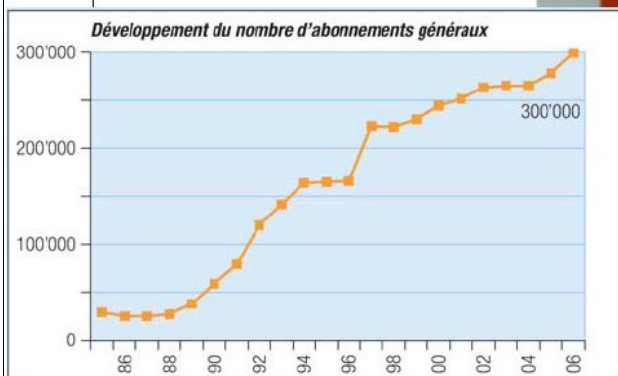
Accélération de la prise de conscience favorisée par l'émergence de projets regroupant plusieurs AO

- > offre de transport, information multimodale, billettique

Les intégrations tarifaires : une réalisation ancienne en Allemagne et en Suisse

- > Sur un territoire, un seul tarif donne accès à l'ensemble du réseau.
- > Logique poussée au niveau national en Suisse : l'abonnement général (créé en 1898)

Un seul titre de transport unireso et toutes nos lignes sont à vous. Bienvenue à bord.



Les apports de la billettique dans la tarification

Des déploiements nombreux et en accélération

- > à l'origine portée par des grosses agglomérations
- > apparition de projet de déploiement regroupant un large champ d'AOT (exemple : Haute Normandie)

Mais des promesses souvent non tenues en termes de tarification :

- > La billettique est encore essentiellement orientée abonnements, et souvent pas tous !
- > Elle porte souvent la politique commerciale existante plus que des innovations commerciales

Les apports de la billettique dans la tarification

Multiplication des canaux de distribution

- > vers une dématérialisation de l'offre tarifaire (internet...) ?
- > multiplication des dépositaires (NovaTER)

Développement du post paiement

- > ex. de Belfort

Une interrogation sur le support du titre :

- > Carte sans contact
- > Téléphone portable
- > Clé USB

Les apports de la billettique dans la tarification

Pour la mise en place de tarification multimodale, la billettique est au mieux un outil mais ne résout en rien :

- > les problèmes de gouvernance
- > les enjeux de coordination des offres de transport et tarifaires

Les intégrations tarifaires allemandes se sont faites sans billettique !

La billettique peut parfois même être un frein à une des intégrations tarifaires (expérimentation avec titre papier impossible si un seul parmi les partenaires impose la validation sans contact !)



Merci pour votre attention

guillaume.costanzo@ttk.de

Métrocéane :
un exemple innovant de multimodalité *tarifaire*

Simon THOUZEAU,
Chargé de mission tarification, Conseil Régional

Les mardis (de l'Observatoire Régional des Transports



TICKET métrocéane
CAR BUS TRAIN TRAM

Un seul ticket pour bouger au rythme de vos envies !

La Baule
Nantes
Saint-Nazaire
Pornic

www.metroceane.fr

l'esprit grand ouvert

Région **PAYS DE LA LOIRE**

Métrocéane, un exemple innovant de multimodalité tarifaire – 15 décembre 2009

Métrocéane : exemple de multimodalité tarifaire

- La simplification de la multimodalité est un enjeu fort pour le développement de l'usage du transport public.
- La multimodalité tarifaire regroupe :
 - des tarifs intermodaux : combinaison du tarif régional + un ou deux tarifs urbains (AtlanTER),
 - des intégrations tarifaires : acceptation de titres urbains dans les trains à bord des PTU (Tan-TER à Nantes),
 - et des tarifs multimodaux : possibilité d'utiliser différents modes de transport pour un même trajet (Métrocéane).
- Créé en 1999 (cf. annexe 1), le tarif Métrocéane a été étendu en avril 2009 à l'appui d'un nouveau zonage.
- C'est un projet emblématique de construction partenariale pour proposer un produit tarifaire unique au voyageur, quel que soit le mode de transport utilisé.

(Sommaire

- 1. Un produit zonal multimodal
- 1. Une construction partenariale
- 1. L'efficacité du titre Métrocéane
- 1. Les nouveaux enjeux de développement

Les mardis de l'ORT



Direction des Transports et des Déplacements

3

(((COMMENT ÇA MARCHÉ ?))). Depuis le 23 avril 2009

Métrocéane est un titre de transport qui donne accès :

- aux trains et cars régionaux entre Nantes et Le Croisic, Nantes - Pornic et Nantes - Machecoul ;
- aux réseaux urbains TAN et STRAN des agglomérations de Nantes et Saint-Nazaire ;
- à l'ensemble du réseau départemental LILA.

Sous certaines conditions, les abonnés Métrocéane peuvent accéder à quelques TGV entre Nantes et Le Croisic.

PAYS DE LA LOIRE



(1.2. Le calcul des zones



f. application informatique

SUR MESURE !

DES TARIFS ADAPTÉS

1. Choisissez votre parcours en train régional.
2. Achetez votre ticket Métrocéane en fonction des zones traversées (de la gare de départ à la gare d'arrivée).

Exemple Parcours Nantes – Pornic
 = Ticket Métrocéane 7 zones
 = 2 zones Nantes + 5 zones jusqu'à la gare de Pornic.
 = 7 zones où l'on peut utiliser tous les transports collectifs auxquels s'ajoute l'ensemble du réseau départemental de cars LILA.

Métrocéane est **le seul système tarifaire multimodal zonal**, qui associe 2 réseaux urbains + le réseau départemental + le réseau régional, et **dont la distribution se fait sur support classique** (pas de billetterie).

Les mardis de l'ORT

Région PAYS DE LA LOIRE

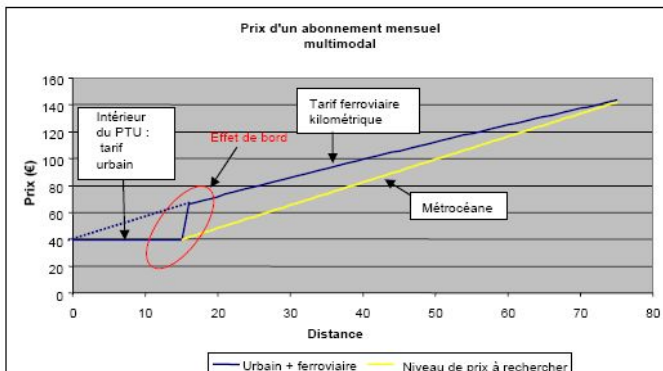
Direction des Transports et des Déplacements

5

(2.1. La construction des tarifs

| Tarifs Métrocéane au 1 ^{er} mai 2009 | | | | | | | |
|---|----------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | 2 zones* | 3 zones | 4 zones | 5 zones | 6 zones | 7 zones | 8 zones + |
| Forfait journée | 3,80€ | 6,60€ | 8,40€ | 10,20€ | 12€ | 13,80€ | 17,30€ |
| Abonnement hebdomadaire | 13,10€ | 18,40€ | 22,80€ | 27,20€ | 31,60€ | 36€ | 47€ |
| Abonnement mensuel | 43,80€ | 65,20€ | 81€ | 96,80€ | 112,60€ | 128,40€ | 168,30€ |

* Hors agglomérations de Nantes et de Saint-Nazaire.



Le prix d'un ticket Métrocéane est plus économique que l'achat séparé de titres des différents transports utilisés.

Le tarif maximal est de 8 zones, même si le trajet est plus long.

Une courbe de prix lissée permet d'éviter un effet de bord liée à la combinaison de la tarification urbaine (prix unique quelle que soit la distance) et de la tarification ferroviaire (élevée sur les premiers kilomètres).

Les mardis de l'ORT

Région PAYS DE LA LOIRE

Direction des Transports et des Déplacements

6

2.2. Les enjeux financiers

- En 2008, 54 000 titres Métrocéane ont été vendus, soit 290 000 voyages.
- **Les impacts financiers :**
 - de 1999 à 2009, la Région bénéficiait d'une garantie de recettes (totale sur l'abonnement de travail et partielle sur le tarif journalier),
 - depuis le 23 avril 2009, chaque AOT reçoit une somme proportionnelle à sa part dans le prix du trajet de référence (cf. annexe 3),
 - le nouveau protocole (avec extension du zonage) entraîne une légère augmentation des recettes qui s'explique par une augmentation des prix décidée à l'occasion du nouveau zonage.
- **L'accord des partenaires sur des formules de calcul (cf. annexes) est le fruit d'un travail de près de trois ans.** Des enquêtes seront nécessaires pour garantir les clefs de répartition.
- **Le partage des recettes Métrocéane** est désormais déterminé par le prix des abonnements et titres journées de chaque AOT : aussi, toute évolution de prix d'une AOT a des conséquences sur les recettes perçues par les autres AOT sur Métrocéane.

Les mardis de l'ORT

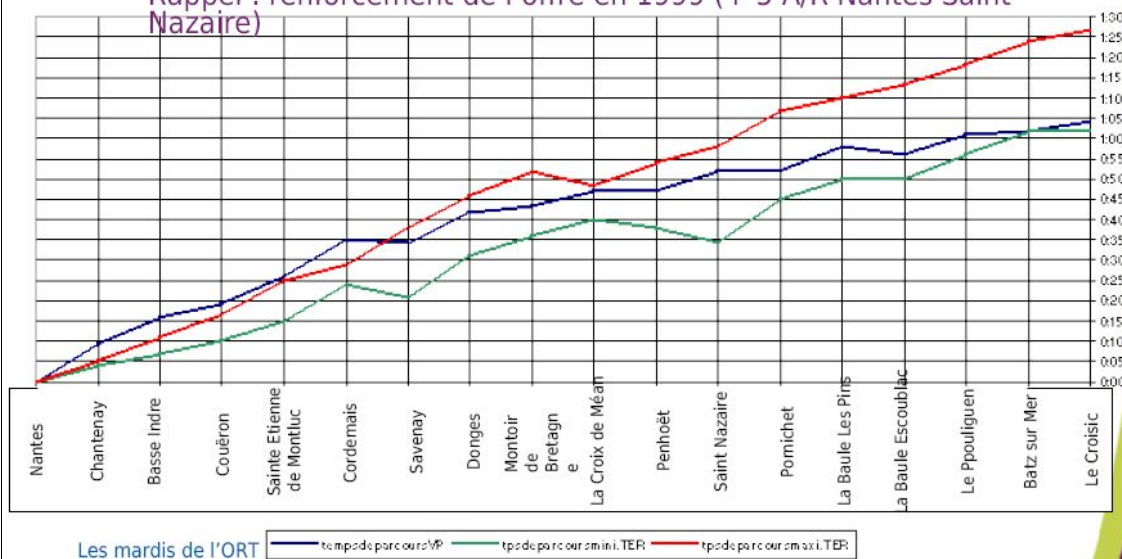
PRÉFECTURE DE LA LOIRE

Direction des Transports et des Déplacements

7

3. Métrocéane : essai de bilan 1999 - 2008

- Objectif de départ : sur un axe où le TC est compétitif en temps de parcours, offrir un prix attractif.
 - Rappel : renforcement de l'offre en 1999 (+ 5 A/R Nantes Nazaire)



Les mardis de l'ORT

— TP de parcours VP — TP de parcours mini. TER — TP de parcours maxi. TER

8

3. Métrocéane : essai de bilan 1999 - 2008

- Un prix très attractif :
 - Pour les abonnements de travail,
 - Pour les titres journée.

exemples de prix en 2008

| | |
|---------------------------|---------|
| Abonnement de travail TER | 102,1 € |
| Métrocéane mensuel | 122,6 € |
| Aller - Retour TER | 20,6 € |
| titre journée Métrocéane | 12,3 € |

- Un taux de pénétration important

Fréquentation des axes

| | | |
|---------------|---------------|-----------|
| Nantes | Saint Nazaire | 1 477 039 |
| Saint Nazaire | Le Croisic | 442 084 |
| Global axe | | 1 919 123 |

Chiffres Métrocéane 2008

| | | |
|---------------|---------------|---------|
| Nantes | Saint Nazaire | 235 066 |
| Saint Nazaire | Le Croisic | 58 449 |
| Global axe | | 293 515 |

Métrocéane / Région

| | | |
|---------------|---------------|-------|
| Nantes | Saint Nazaire | 15,9% |
| Saint Nazaire | Le Croisic | 13,2% |
| Global axe | | 15,3% |

Sources : tableau de bord SNCF / Région décembre 2008

- Une multimodalité effective : exemple de l'OD Saint Nazaire - Nantes

| | Voiture comme conducteur | Voiture comme passage | Bus / Tramway Metro | Un autre Train ou car TER | 2 roues motorisés | Vélo | A pied | Autre mode | Sans réponse | Total |
|--|--------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|-------------------|------|--------|------------|--------------|-------|
| Mode d'accès à la gare de Saint- Nazaire | 45% | 18% | 19% | 0% | 1% | 0,4% | 16% | | | 100% |
| Mode de diffusion à la gare Nantes | 0% | 1% | 88% | 2% | 0,1% | 0,3% | 8% | | | 100% |

Sources : enquête annuelle comptages hiver 2008 BVA / Région PDL

Les mardis de l'ORT



Direction des Transports et des Déplacements

9

4.1. La coopération entre les partenaires

- La Région des Pays de la Loire, le Conseil général de Loire-Atlantique, Nantes Métropole et la Communauté d'Agglomération de Saint-Nazaire se réunissent dans le cadre de l'Association Communautaire de l'Estuaire de la Loire (ACEL), présidée par le Département.
- Métrocéane n'est qu'un des dossiers traités dans le cadre de l'ACEL. Les décisions sont prises lors de COPIL (2/an) réunissant les présidents des AOT, eux-mêmes précédés de COTECH (2/an) avec les DGS ou leurs représentants.
- Un groupe de techniciens de chaque AOT se réunit près d'une fois par mois. Si la maîtrise d'ouvrage des études est réalisée par l'ACEL, le suivi et le partage des recettes sont effectués par la Région sur la base des données de ventes SNCF.
- L'existence d'une structure de coordination assure un cadre régulier de rencontre. Pour autant, la spécificité du dossier pourrait amener à une évolution de la gouvernance (pilotage du dossier par une collectivité « chef de file » ou bien construction d'une structure spécifique).
- Il s'agit de faire collaborer non seulement les autorités organisatrices de transport mais aussi des exploitants qui ont chacun des cultures d'entreprises différentes.



Direction des Transports et des Déplacements

10

4.2. La distribution, un exemple des obstacles à lever

- Le système de vente SNCF n'a pas été conçu pour vendre du multimodal zonal ! Des adaptations informatiques sont nécessaires pour étendre sur un large territoire Métrocéane.



- Difficulté réelle pour proposer un réseau de ventes multipartenaires (Métrocéane n'est vendu que par la SNCF et dans quelques distributeurs de la TAN + chez un buraliste)
- Une solution attendue : la vente par internet. Eté 2009 : expérimentation de la vente sur le site internet du réseau urbain de Nantes - uniquement des forfaits journées sur les 5 « Origine - Destination » commercialisées par la TAN.

Conclusion

- Métrocéane est **le seul système tarifaire multimodal zonal**, qui associe 2 réseaux urbains + le réseau départemental + le réseau régional, et **dont la distribution se fait sur support classique**.
- L'efficacité du système** repose cependant sur **la simplicité d'usage pour le voyageur**.
- La tarification multimodale entraîne une **coopération** complexe entre des AOT et leurs exploitants.
- La tarification est un outil, parmi d'autres, pour développer l'utilisation des transports en commun (niveau d'offre et qualité des correspondances).**



TER PAYS DE LA LOIRE (2ème) - 30/03/2012

16.11.2007 | www.paysdelaloire.fr

Annexe 1 : Métrocéane de 1999 - 2008

- 1999 : protocole d'accord entre la Région des Pays de la Loire, le Département de Loire-Atlantique, le District de l'agglomération nantaise, le Syndicat intercommunal de l'Estuaire et de la Région Nazairienne et l'Association Communautaire de l'Estuaire de la Loire.



- 3 zones :
- Nantes - Saint Nazaire ;
 - Nantes - Le Croisic ;
 - Saint Nazaire - Le Croisic.
- 3 titres :
- abonnement de travail mensuel ;
 - abonnement de travail hebdomadaire ;
 - titre journée.

Les mardis de l'ORT



Direction des Transports et des Déplacements

13

Annexe 2 : Le calcul des prix

Avant

- Les prix étaient fixés proportionnellement au prix de l'abonnement de travail (mensuel : **120%** de l'AT SNCF/ hebdomadaire : **27,5%** de l'AT SNCF/ titre journalier : **10%** de l'abonnement mensuel Métrocéane)
 - La hausse du prix dépendait exclusivement de la hausse du prix ferroviaire.

Aujourd'hui

- Les prix ont été fixés de manière à aboutir en 2011 à :
 - une grille tarifaire totalement progressive du titre « 2 zones » au titre « 7 zones » (« pas » tarifaire constant d'une zone à l'autre) ;
 - un prix des abonnements « 7 zones » le plus proche possible de son équivalent AtlanTER (abonnement de travail Nantes / Saint-Nazaire avec abonnement urbain STRAN);
 - un prix du Forfait journalier « 7 zones » au niveau de l'aller-retour Découverte (25% de réduction par rapport au plein tarif) Nantes / Saint-Nazaire.

Les mardis de l'ORT



Direction des Transports et des Déplacements

14

Annexe 3 : Le partage des recettes

Exemples d'application : Répartition des recettes pour un abonnement mensuel MétroCéane « 10-Nantes / 25-Pornic »

1^{ère} étape : Calcul du prix du trajet de référence combinant l'ensemble des abonnements mensuels aux différents réseaux pondérés des coefficients précédents :

$$\begin{aligned} & 100\% * \text{prix de l'abonnement de travail SNCF mensuel Nantes-Pornic} = 100\% * 96,9\text{€} = 96,9\text{€} \\ & + 5\% * \text{prix de l'abonnement mensuel Lila Plein Tarif} = 5\% * 42\text{€} = 2,1\text{€} \\ & + 95\% * \text{prix de l'abonnement mensuel TAN avec réduction Atlanter} = 95\% * 32,7\text{€} = 31,1\text{€} \\ & + 0\% * \text{de l'abonnement mensuel STRAN avec réduction Atlanter} = 0\% * 29\text{€} = 0\text{€} \end{aligned}$$

soit une somme de $96,9 + 2,1 + 31,1 + 0 = 130,1\text{€}$

2^{nde} étape : Pour chaque abonnement mensuel MétroCéane « 10-Nantes / 25-Pornic » vendu au prix 2008 de 122,60€, chaque AOT reçoit une somme proportionnelle à sa part dans le prix du trajet de référence :

- la Région des Pays de la Loire reçoit $(96,90 / 130,1) * 122,60 = 91,30\text{€}$
- le Département de Loire-Atlantique : $(2,10 / 130,1) * 122,60 = 2\text{€}$
- Nantes Métropole : $(31,1 / 130,1) * 122,60 = 29,30\text{€}$
- la CARENE : $(0 / 130,1) * 122,60 = 0\text{€}$

Mise en place de la tarification unique : l'exemple des TIS en Sarthe

Jean-Jacques BOUGAULT,
Directeur du service transport,
Conseil Général de la Sarthe



Conseil général
de la Sarthe

RÉUNION O.R.T.

Mardi 15 Décembre 2009
Salle Joseph Caillaux

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

Le bilan de la tarification
unique à 2€ en Sarthe

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe



- **POURQUOI ?**
- **COMMENT ?**
- **BILAN AU 1er JANVIER 2010**
- **PERSPECTIVES**

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe



POURQUOI ?

Le battement d'ailes de papillon.

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

POURQUOI ?

**Prise de conscience du Président de la
commission des transports du coût
demandé à un étudiant mi 2005.**

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

POURQUOI ?

**Volonté de redynamiser la fréquentation
images des cars vides.**

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

COMMENT ?

En Septembre 2005:

**Réunion élu, service des
transports, délégataire.**

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

COMMENT ?

**Décision de s'inspirer des départements
pilote (CG54,CG29,CG22).**

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

COMMENT ?

Ticket à 2 € quelque soit le trajet.

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

COMMENT ?

**Création des cartes multi voyages
10,20 voyages,de carte étudiant,de carte
annuelle.**

www.sarthe.com



COMMENT ?

**Suppression des
réductions(50%étudiant,handicapés et
personnes âgées).**



COMMENT ?

**Mise en œuvre dès le
1er Janvier 2006.**

COMMENT ?

Prise de risque financière par le CG au travers de la participation au déficit.

COMMENT ?

**Plan de communication:
Communication interne du CG,
Délégué, Presse, Radio et Télévision.**

BILAN AU 1er JANVIER 2010

De 200000 à 400000 voyages.

BILAN AU 1er JANVIER 2010

Malgré tout, difficulté de capter les actifs.



Conseil général
de la Sarthe



BILAN AU 1er JANVIER 2010

**L'augmentation de la fréquentation a
compensé la baisse des recettes.**

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe



BILAN AU 1er JANVIER 2010

**Les sarthois ont plébiscité cette
tarification.**

www.sarthe.com



BILAN AU 1er JANVIER 2010

**Véritable valorisation du transport
interurbain.**



BILAN AU 1er JANVIER 2010

Équité pour tous les sarthois.



BILAN AU 1er JANVIER 2010

Simplification de la tarification.



PERSPECTIVES

**Inter modalité future avec
l'urbain, simplifiée.**



Conseil général
de la Sarthe

PERSPECTIVES

Comment sortir du 2 € ?

www.sarthe.com



Conseil général
de la Sarthe

**MERÇI
DE VOTRE ATTENTION**

www.sarthe.com

Liste des présents

Principes de tarifications : Leviers de développement des transports collectifs ?

Mardi 15 décembre 2009
Conseil Général de la Sarthe

- Jean-Jacques BOUGAULT - Directeur du service transport, Conseil Général de la Sarthe
- Pascal BRAULT - Direction du Développement SNCF
- Guillaume COSTANZO - Chef de projet – expert tarification, Cabinet TTK
- Patrick CUMAN - Président FNTV PdL - Le Mans
- Marc DELAYER - Directeur Général des Transports Publics du Choletais
- Philippe DENIS - Président de l'ORT & Directeur Régional Véolia transport
- Pierrick DOMAIN - Directeur Départemental de l'Équipement et de l'Agriculture
- Hélène FORTIER - Chargée de programme mobilité et marchandises, Conseil Régional
- Jean-Marc FOUCHER - Chef du service transport de voyageurs, Conseil Général de la Mayenne
- Céline FOURRIER - Véolia transport - Le Mans
- Jean-Paul GAUTIER - DDEA Sarthe
- Gilles GEROT - Responsable du département information Clients, TAN
- Flavien GOULAY - STAO – LAVAL
- Hervé GUILLEMAIN - Directeur de la SAS Voyages Mauger - La Ferté Bernard
- Sylvie GUIMERA - Directrice de l'ORT et Responsable de la Division transports routiers, DREAL
- Jean-Louis LEHUGER - Directeur de la STAO – LAVAL
- Arnaud LE VEXIER - Délégué Régional, FNTV
- Gilles MÉRIODEAU - Chargé de mission ADEME
- André MERLET - Chef du service des Transports, Conseil Général de Vendée
- Pascale TAPIAS - ORT
- Simon THOUZEAU - Chargé de mission tarification, Conseil Régional
- Monsieur THIERRY - Conseil Général de la Sarthe
- Philippe VOISIN - Directeur des Transports Voisin/Michel



Observatoire Régional des Transports

Association Loi 1901

Adresse physique : 12 rue Menou-3^e étage – bureau 325 – 44000 NANTES

Adresse postale : ORT/DREAL – BP 32205 – 44022 NANTES Cedex 1

Tél : 02 53 46 58 89

Fax : 02 53 46 58 87

Site internet : ort-pdl.org

Siret 398 209 445 00046

APE : 6311 Z