

Différentiation tarifaire et attractivité des transports publics urbains...

Colloque FNAUT, 10 Janvier 2014



Catherine Bouteiller

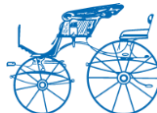
Doctorante au LET, Lyon

Consultante Chercheur Mobilité & Recherches



MOBILITE & RECHERCHES

LET
Laboratoire
d'Economie
des Transports



I - Contexte

II – Notions de différenciation tarifaire

III – Différenciation tarifaire dans les transports publics, quels leviers ?

Les réseaux urbains ont majoritairement fait le choix d'une tarification plate

Tarification plate : 84%

Gratuité : 13%

Tarification zonale : 3%



Source : GART, UTP (2012) *Une décennie de tarification dans les réseaux de transport urbain.*

Les réseaux départementaux sont partagés entre tarification zonale et tarification unique

Conservation de la **tarification zonale** :
51% des réseaux

Passage à la **tarification plate** :
49% des réseaux (en août 2012)



Mieux que le bus à 1 euro,
la Carte Azur !

Source : GART, UTP (2012) *Une décennie de tarification dans les réseaux de transport urbain.*

I - Contexte

II – Notions de différenciation tarifaire

III – Différenciation tarifaire dans les transports publics, quels leviers ?

La tarification est en effet un des leviers de l'optimisation de la recette

La performance commerciale d'un réseau est la résultante d'un mix entre:

L'effet volume

L'effet prix

*L'effet
Service / valeur*

Le tarif plat est plébiscité par les clients et favorise l'effet volume

- Les consommateurs de services préfèrent généralement les tarifs plats
- Pour l'opérateur il est plus facile de connaître l'abonné que l'utilisateur à la demande
- Plusieurs études tendent à montrer que le passage en tarif plat augmente l'usage:





La tarification à l'usage permet d'adapter les prix pour satisfaire plusieurs profils de consommateurs

- Faire payer le consommateur à l'usage présente une utilité si on veut orienter cet usage



Tarif Bleu
Heure creuse / heure pleine

- Le coût de la collecte de l'information ne doit pas excéder les gains que l'on peut faire en facturant à l'usage.

- La tarification à l'usage est plutôt jugée comme équitable par les consommateurs qui payent en fonction de leur consommation réelle.



Tarif Peak 2,8£
Off Peak 2,1£
Full fare 4,5£

Une bonne différenciation tarifaire nécessite de connaître les pratiques des utilisateurs et leur consentement à payer par produit

- Connaître ses coûts de production et son prix d'équilibre
- Connaître les pratiques de consommation des utilisateurs et leur consentement à payer



- Maîtriser les courbes de demande

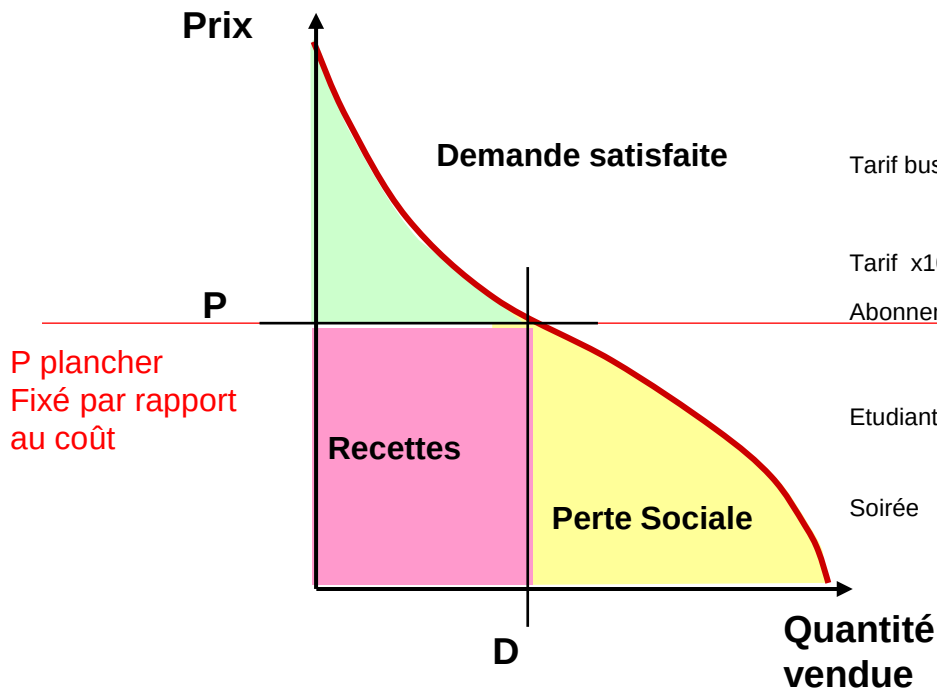


Pass événement
3€ seulement
les 24 heures*
PROLONGATIONS
En vente jusqu'au
12 janvier 2014 !

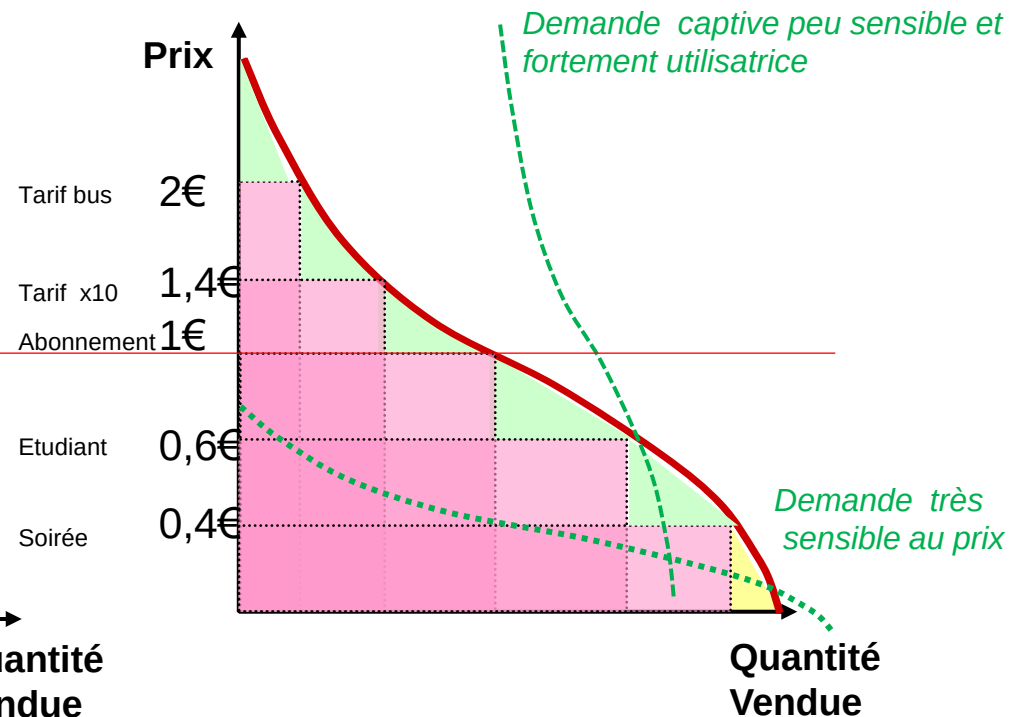


Différentier services et prix pour satisfaire plus de client et maximiser la recette

Tarification unique



Tarification différenciée



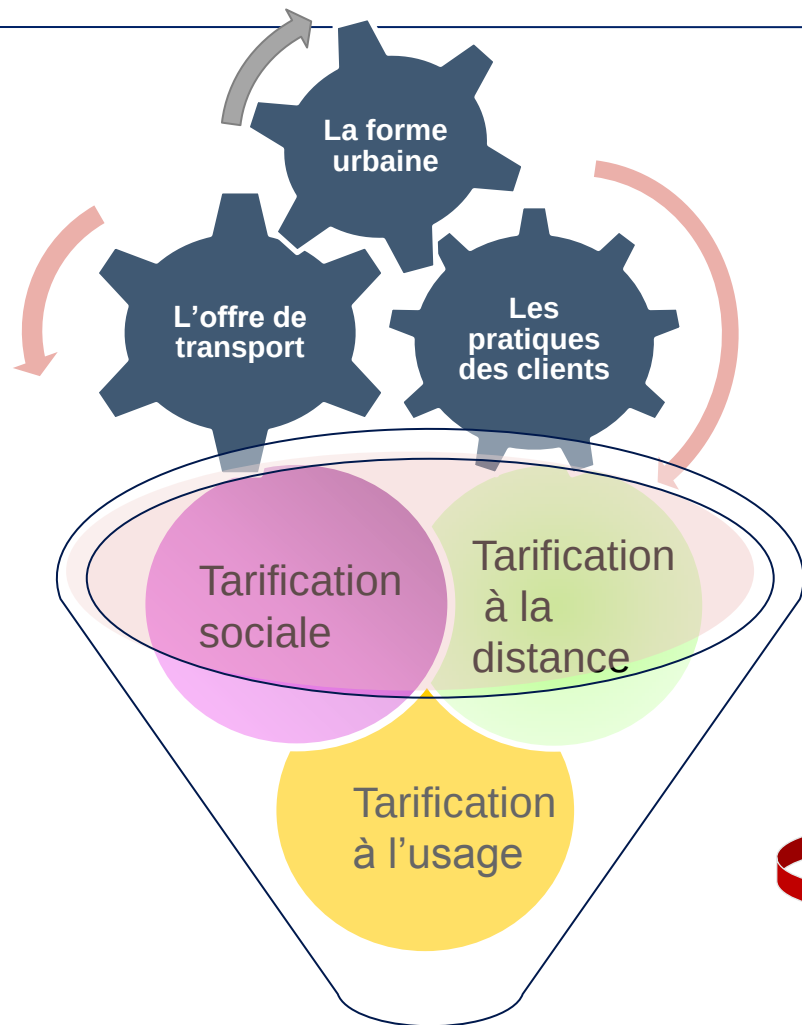
I - Contexte

II – Notions de différenciation tarifaire

III – Différenciation tarifaire dans les transports publics, quels leviers ?

Comment différencier ses prix pour renforcer l'attractivité du transport ?

Les composantes de la tarification des transports urbains



- ✓ La tarification à la distance
- ✓ La tarification à l'usage
temps, nb de voyages, mode paiement, mode
- ✓ La tarification sociale



Quelques exemples ...
Singapour, Londres, Belfort et Nantes ...

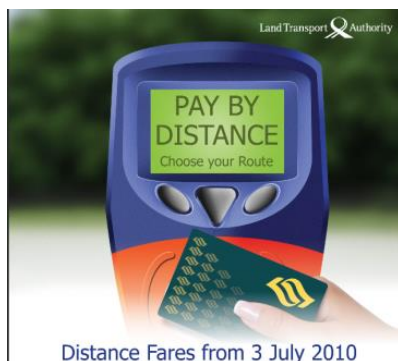


Singapour : Carte EZ-Link un moyen de paiement pour le transport et les commerces depuis 2002



« Rediscover your EZ-LINK card today »

- ✓ 5 millions de cartes
- ✓ Part modale : 63%
- ✓ R/D* Singapour 125%



- ☐ **Multi modalité**
- ☐ **Facilité d'usage**
- ☐ **Carte de fidélité**
- ☐ **Commerce**

On
The Move



Hassle-free
Top-ups



Added
Benefits



Retail
Therapy



Londres : Oyster card un support simple pour une tarification sophistiquée Depuis 2003

Tarif à
l'usage



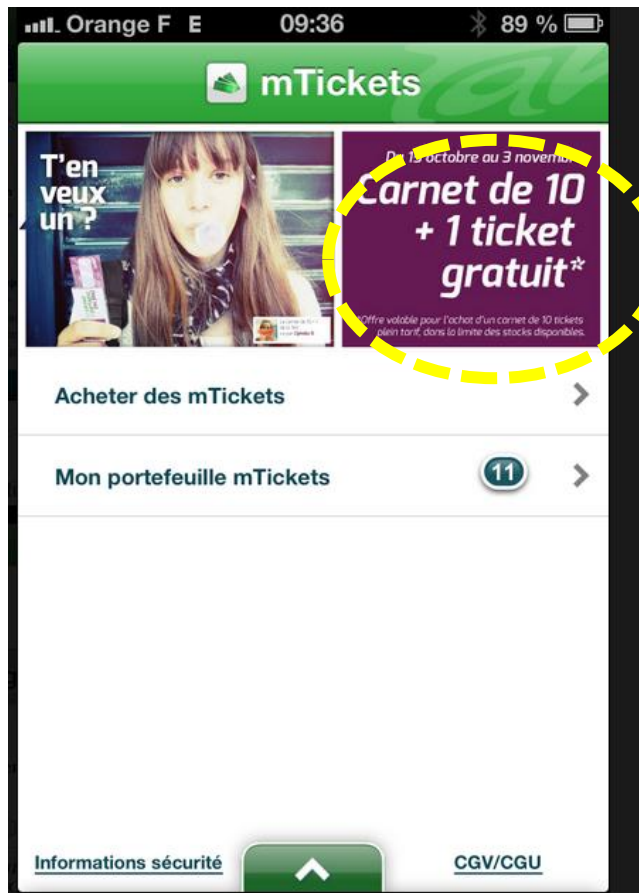
« *Save money with Oyster, pay as you go* »

- ✓ Oyster card : 29 millions Oyster®
- ✓ R/D Londres : 52%
- ✓ Fréquentation + 53% dans les bus.
- ✓ Le paiement cash ne représente plus que 1,6% des bus

- ❑ **Multi modalité**
- ❑ **Facilité d'usage**
- ❑ **Carte de fidélité**

Nantes : l'innovation du m Ticket Technologie et marketing...

Tarif à
l'usage



« Mettez vos tickets dans votre téléphone »

- ✓ 85 000 M-tickets vendus depuis nov 2012
- ✓ 95 000* personnes utilisent l'application : itinéraire, horaire, achat de tickets

☐ **Facilité d'usage**

☐ **fidélité**

Source : <http://www.nantes.fr/home/actualites/ville-de-nantes/actualites-vdn-administration/m-ticket.html>

Belfort : Optymo Multimodalité , post paiement...

Tarif à
l'usage



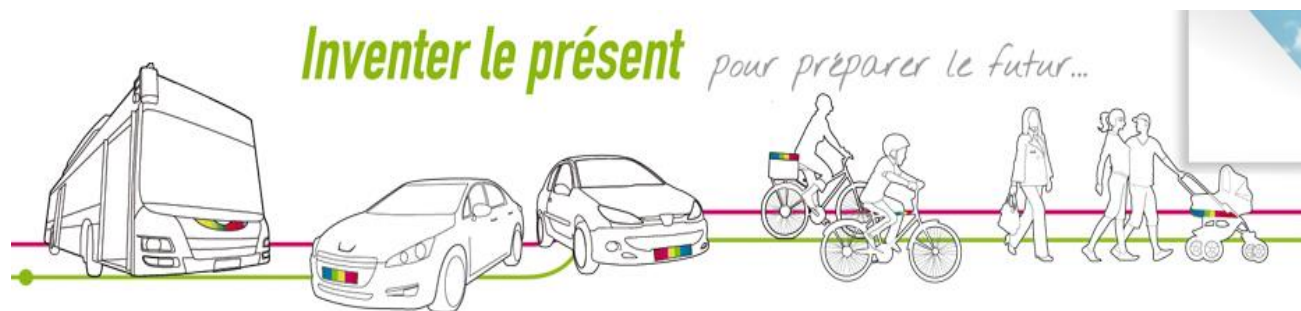
« *Inventer le présent pour préparer le futur* »

- ✓ fréquentation +66% depuis 2007, date de la création du pass Optymo
- ✓ 8 millions de voyageurs 2011

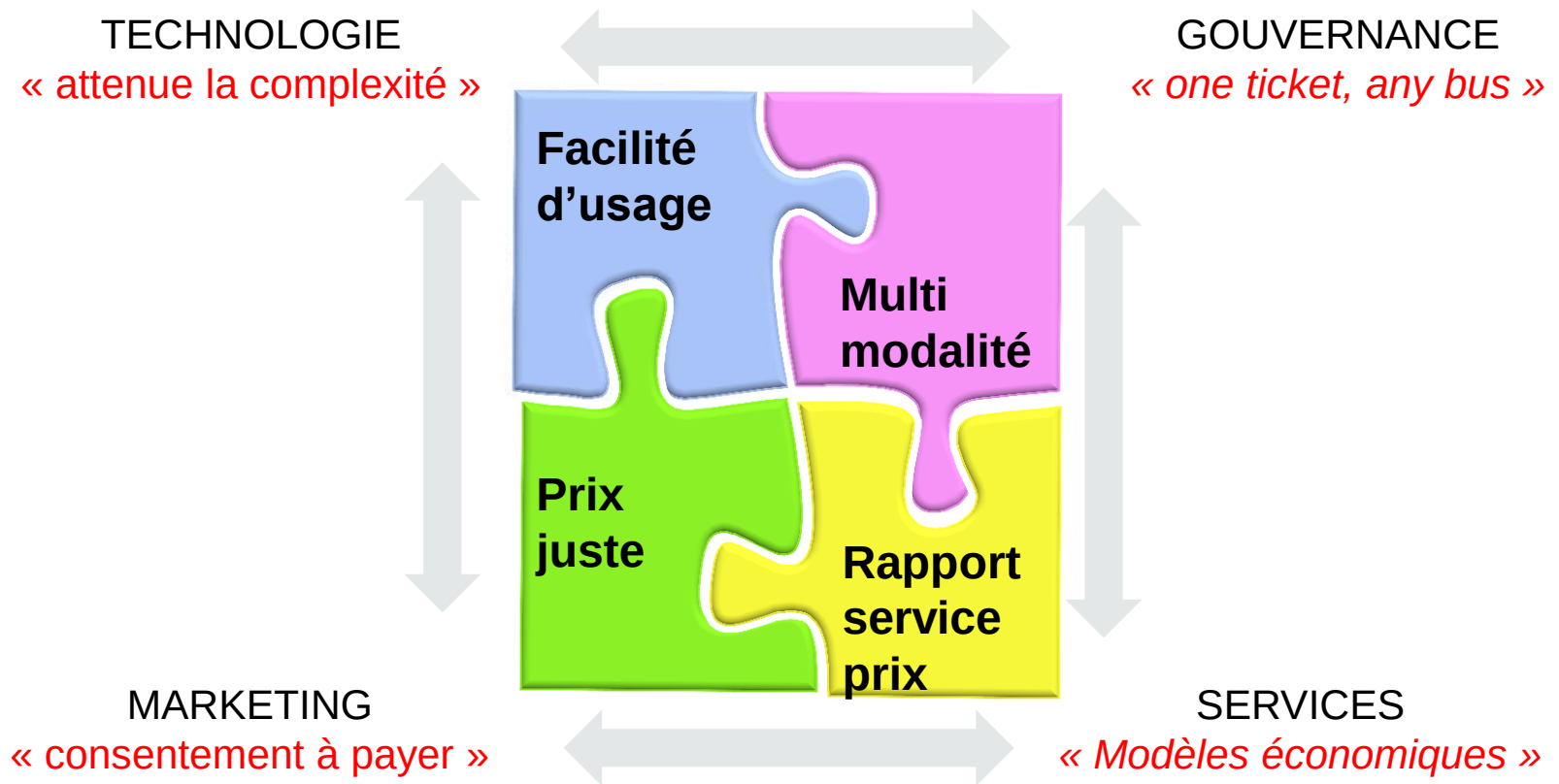
☐ **Multi
modalité**

☐ **Facilité
d'usage**

☐ **Carte de
fidélité**

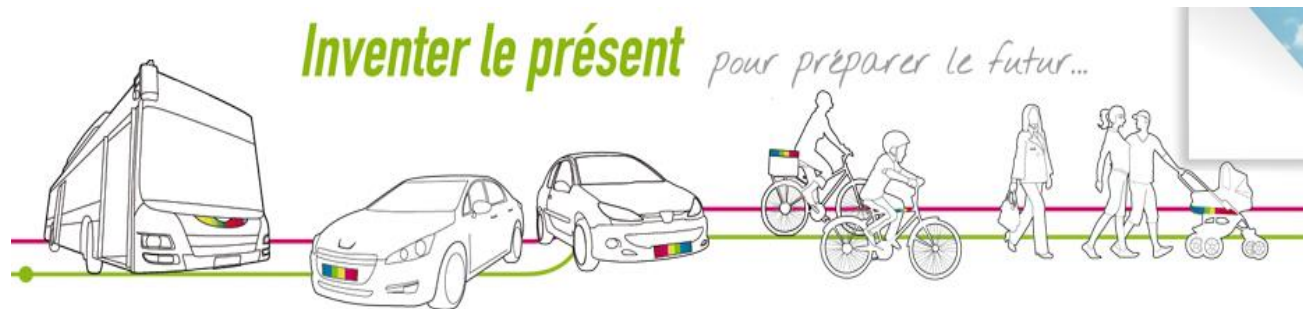


Différentier services et prix pour permettre l'accès à la « mobilité courante » ...



Questions et discussions

c.bouteiller@gmail.com



Tarification à l'usage dans les transports de quoi parle-t-on ?

