

METTRE EN ŒUVRE UN TAD AMBITIEUX

Ils ne savaient pas que c'était
impossible, alors ils l'on fait,

Mark Twain



▶ Les points faibles

- ▶ Tarif propre au SITCOME, non conforme au STIF, obligeant les clients disposant de titres STIF de payer un supplément
- ▶ Paiement par prélèvement trimestriel (trésor public) peu apprécié des personnes âgées
- ▶ Une desserte limitée (2 demi-journées /semaine/commune)
- ▶ Le souhait de ne pas desservir le centre commercial mais uniquement le centre ville
- ▶ 2 véhicules pour 5 lignes

▶ Les points forts

- ▶ Mis en place en 2005 d'abord avec les taxis puis en 2006 en Régie afin de limiter les coûts
- ▶ Souplesse dans la réservation : 1 heure avant
- ▶ Un TAD en soirée jusqu'à 1 heure du matin les vendredis et samedis soirs

ANALYSE D'UN TAD UTILE MAIS LIMITÉ :
900 VOYAGES PAR AN

- ▶ Un TAD aux horaires identiques du lundi au samedi, matin et après-midi, avec une desserte à l'heure en moyenne
- ▶ Le maintien du TAD nocturne
- ▶ L'agrément du STIF afin d'accueillir les clients disposant de cartes d'abonnement et Ticket T
- ▶ La possibilité de tester des horaires pendulaires dans les communes rurales où le STIF ne souhaitait pas créer d'horaires en lignes régulières
- ▶ Des horaires qui ne dépassent pas 30 minutes entre les terminus
- ▶ Desserte du centre ville ET du centre commercial

OBJECTIF : UN TAD + ACCESSIBLE

- ▶ Un STIF peu motivé : discussion en 2005 vite close puis demande d'agrément déposée en 2010
- ▶ Aucun désir des communes de voir augmenter leur cotisation compte tenu du contexte contraint des budgets
- ▶ Un département qui souhaitait imposer sa charte graphique à la totalité du véhicule pour une aide qui n'était pas proportionnelle

LES DIFFICULTÉS

- ▶ Le choix du SITCOME de réaliser son TAD en régie et **de faire appel aux Contrats aidés** (diminution sensible de la charge salariale et rôle social)
- ▶ **Basculer** (et le faire accepter par le STIF) **des horaires de lignes régulières en TAD et laisser la totalité des économies au SITCOME afin qu'il les utilisent à développer son TAD**
- ▶ Ne pas dépenser d'Euros dans un système de billettique coûteux et prenant inutilement de la place
- ▶ Choisir des véhicules 9 places classiques, considérant que nos amis PMR bénéficient déjà du PAM

LES LEVIERS

- ▶ Le SITCOME reste déterminé et délibère sur la mise en place en 2017 de son nouveau TAD, embauche 5 agents supplémentaires en Contrat Avenir,
- ▶ Après un bras de fer et une lettre, fin 2015, au STIF les informant que le SITCOME déduira de sa participation l'économie estimée de la suppression des horaires de lignes régulières qui, en journée, comptabilisent moins de 5 clients, **le STIF accepte « l'aventure »** et instruit notre dossier pour un conseil d'administration en avril 2016 et une mise en œuvre en mai 2016 !
- ▶ Le STIF laisse au SITCOME l'économie (40,000 €), apporte un soutien financier (50,000 €) et ouvre le TAD à ses clients (Navigo, imagin'r, ticket T)
- ▶ Le Conseil départemental nous accompagne financièrement (entre 50,000 et 70,000 €) et accepte de revoir sa charte graphique,
- ▶ Le SITCOME n'a pas augmenté ses cotisations municipales,

LA RÉVÉLATION DU STIF, LE SOUTIEN DU DÉPARTEMENT

UNE PROMOTION LIMITÉE AU DÉMARRAGE

Le SITCOME ne disposant que de deux véhicules, commande dès avril 2016 **TROIS nouveaux véhicules.**

Conférence de presse en mai et relais par certaines municipalité,

Décision de communiquer et promouvoir le service en SEPTEMBRE 2016, une fois les véhicules livrés.





UN DÉBUT EN FANFARE !

2015 : 900 voyages réalisés

Aout 2016 : + de 500 voyages réalisés

Septembre 2016 : + de 2000 voyages réalisés !



ATTIRER DE NOUVEAUX
CLIENTS

Donner l'envie



- ▶ Depuis la création du SITCOME en 1987, une partie de la ville basse n'est pas desservie par le transport public suscitant une insatisfaction des contribuables, cette partie étant par ailleurs peuplée par de très nombreuses personnes âgées,
- ▶ 2002 : Montereau accueille une nouvelle (et modeste) zone commerciale.

PROBLÉMATIQUES ANCIENNE ET
NOUVELLE IMPOSENT UNE ACTION

- ▶ A partir de 2001, le SITCOME est sollicité par le Maire de Montereau, Yves Jégo, pour apporter une solution transport à la création de la nouvelle ZAC (souhait d'un petit train)
- ▶ Souhait du SITCOME de créer une nouvelle ligne de transport, de choisir un véhicule au design innovant, d'imposer au transporteur une ligne circulaire, de baptiser la ligne d'un nom :



TRANSCITÉ, LABORATOIRE D'IDÉE

- ▶ La ligne desservant 3 zones d'activités commerciales (centre-ville, une rue commerçante excentrée et la nouvelle zone de la Sucrerie elle aussi excentrée, la ligne doit faciliter la vie des automobilistes en allant d'une zone à une autre **GRATUITEMENT**
- ▶ Que les habitants des quartiers jamais desservies **s'approprient** ce moyen de transport de manière pérenne

LES OBJECTIFS ET DIFFICULTÉS

Inauguration à l'américaine

(15 ans de SIYONNE)



- ▶ Il convenait de ne pas déstabiliser le réseau tout en créant une gratuité de ligne
- ▶ création d'un coupon d'échange distribué par les commerçants
- ▶ La Mairie de Montereau compense chaque mois l'opérateur des coupons récupérés.

Création d'un coupon d'échange



INNOVER ET INSTITUER UNE GRATUITÉ



RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ LA LIGNE ET LE
PARTENARIAT AVEC LES COMMERÇANTS :
300 € PAR MOIS DE BONS D'ACHAT

- ▶ La gratuité, dans le cadre du partenariat avec les commerçants, finit par susciter de **la jalousie entre habitants de la ville haute et de la ville basse** qui réclament de pouvoir utiliser les coupons d'échange sur la ligne A (ligne structurante du réseau et seule rentable)
- ▶ Les finances municipales alors que la Mairie de Montereau est déjà la principale ville contributrice du syndicat (50%), et qu'en plus de la compensation des coupons, elle verse une subvention supplémentaire pour cette ligne.

LES DANGERS

- ▶ Dès le départ, nous savions que nous ne pourrions maintenir ad vitae aeternam les coupons d'échanges,
- ▶ Nous faisons le PARI que ces nouveaux clients vont prendre goût à cette nouvelle mobilité,
- ▶ Les horaires s'élargissant pour assurer d'autres vocation (notamment la desserte scolaire), de nouvelles typologies de clients sont recherchés

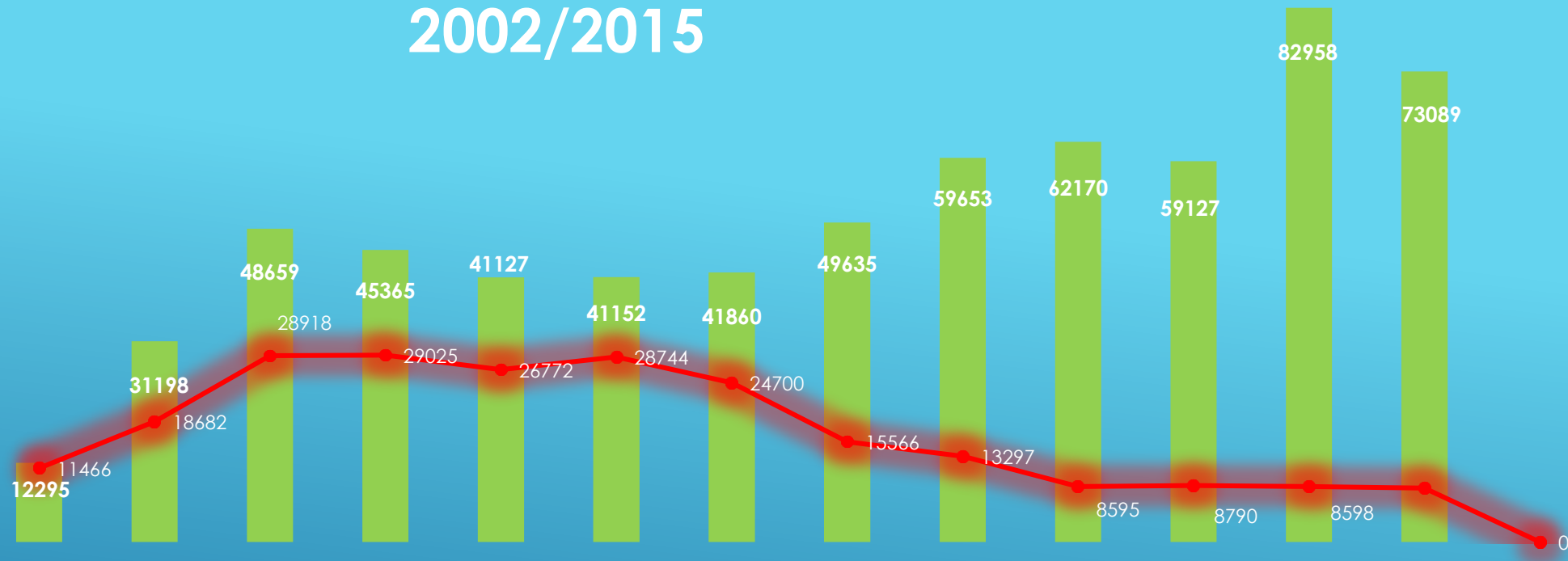
CHANGER LES HABITUDES



- ▶ En 2009, une nouvelle zone commerciale dans une ville voisine nécessite qu'on adapte la ligne EMPLET'EXPRESS pour répondre aux attentes de la clientèle
- ▶ La zone est dotée d'activités de divertissement notamment les Cinémas de Montereau qui ont déménagé,
- ▶ La clientèle augmente sensiblement,
- ▶ Le SITCOME décide de diminuer progressivement la disponibilité des coupons chez les commerçants et arrête d'en fournir à son accueil et celui de la mairie

PROFITER D'UNE NOUVELLE ÉTAPE DE LA
LIGNE POUR DIMINUER LA GRATUITÉ

Nombre de passagers - Emplet'Express 2002/2015



LA GRATUITÉ S'EFFACE AU PROFIT DES
TITRES DE TRANSPORTS ACHETÉS

- ▶ En 2002, personne ne croyait en cette ligne « originale »
- ▶ La ligne Emplet'express est devenue en 15 ans la 2^{ème} ligne du réseau
- ▶ En 2017 : Objectif ZERO gratuité
- ▶ Mise en œuvre d'une amplitude plus large afin de répondre aux demandes des salariés du centre commercial et d'utiliser le parking de ce centre en PARKING RELAIS de la gare SNCF.

BILAN POSITIF

