

## Sessions F1

Développer les stratégies à l'échelle d'un territoire : ITS et tourisme

27 janvier 2015

# La mobilité touristique à l'épreuve des transports publics

## Plaidoyer pour une vision intégrée de la mobilité et du tourisme

**Guillaume FICAT-ANDRIEU**

*Responsable d'affaires*

*Direction du Conseil, SYSTRA*

*gfcicat-andrieu@systra.com*



**CONGRÈS**  
**ATEC ITS FRANCE**  
Les **RENCONTRES** de la **MOBILITÉ INTELLIGENTE**  
PARIS • BEFFROI DE MONTROUGE • 27-28 JANV. 2015



NOS PARTENAIRES :



**SYSTRA**

# Déroulement

- Le motif loisir et tourisme, un poids considérable dans la mobilité
- La mesure des déplacements touristiques, un exercice complexe
- Un clivage tourisme/transport encore difficile à dépasser
- La question des Systèmes d'Information Multimodaux et des titres combinés
- Vers un renouveau des méthodes d'observation de la mobilité touristique ? Les apports des traces numériques et du Big Data
- Retour d'expérience de l'étude d'ingénierie des mobilités touristiques et transports collectifs menée par SYSTRA pour la Communauté de Communes Terra Modana

# Le motif loisir et tourisme, un poids considérable dans la mobilité

- Un thème de plus en plus présent dans le cadre de nos études/investigations en matières de planification ou de développement des transports publics
- Le transport, élément clé de l'expérience touristique (« pas de tourisme sans transport »), principale dépense des touristes, parfois même au cœur de l'expérience touristique
- Un poids considérable : 85 à 90% de la mobilité longue distance, 50% de la mobilité locale des résidents (*ENTD 2008*)
- Moteur principal de la très forte augmentation de la mobilité depuis plus de 20 ans
- Un impact fort tant sur l'environnement que le cadre de vie : 75% des émissions de CO2 d'une station de ski sont liées au déplacements (*source : bilan Carbonne de la Vallée de Belleville, 2007*)
- Un traitement de la question de la mobilité touristique par les pouvoirs publics pas vraiment à la mesure du poids et de l'impact de cette forme de mobilité, notamment en comparaison des efforts consentis en urbain ou en faveur du ferroviaire

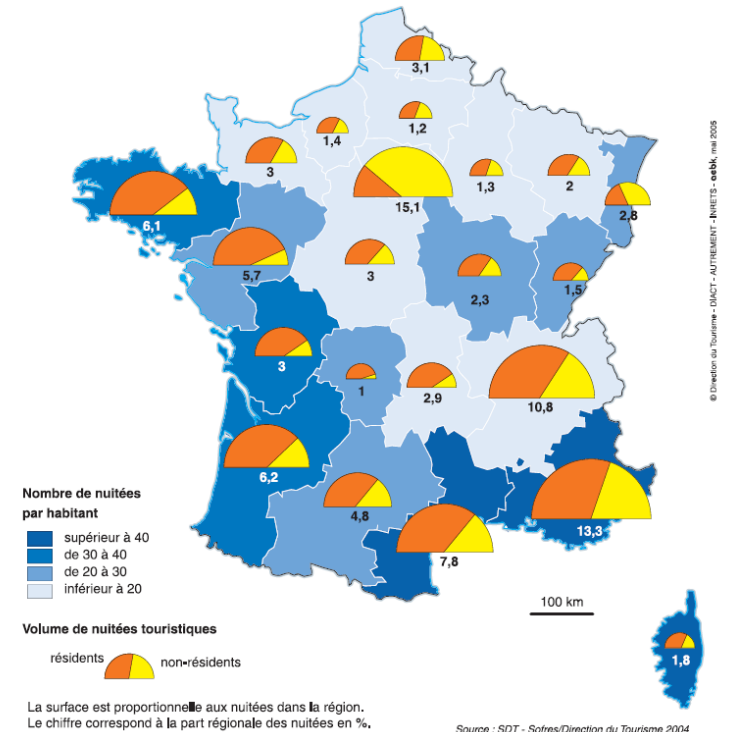
# La mesure des déplacements touristiques, un exercice complexe

## 3 bases statistiques permettent d'obtenir une connaissance des flux touristiques en France

- L'enquête SDT (Suivi de la Demande Touristique)
- L'enquête EVE (Enquête auprès des Visiteurs de l'Etranger)
- L'ENTD (Enquête Nationale Transports et Déplacements)

## De réelles difficultés/limites pour quantifier la mobilité touristique aujourd'hui

- Biais méthodologiques
- Question de la représentativité
- Enjeu de la propriété des données



Nuitées des français et étrangers en France en 2004, par région réceptrice  
(source : atlas des mobilités touristiques en France métropolitaine, 2007)

# Un clivage tourisme/transport encore difficile à dépasser



- **Deux thématiques rarement associées, objets d'un triple clivage**
  - Académique : coexistence sans apport mutuel, approche le plus souvent disciplinaire et monomodale
  - Administratif : séparation des compétences gouvernementales et institutionnelles
  - Opérationnel : absence de vision nationale, peu de synergies
- **Des besoins et attentes différenciées « *Le touriste : un client exigeant, et par essence un étranger mobile, fragile et sous-informé* »**
  - Les attentes des touristes en matière de mobilité
    - Le porte à porte
    - La personnalisation des services de mobilité
    - Une accessibilité (au sens large) renforcée
    - Le transport comme une composante de l'expérience touristique
- **Des enjeux communs** : contribution des touristes au financement des transports publics, étalement des flux dans l'espace et le temps

# La question des Systèmes d'Information Multimodaux (SIM) et des titres combinés

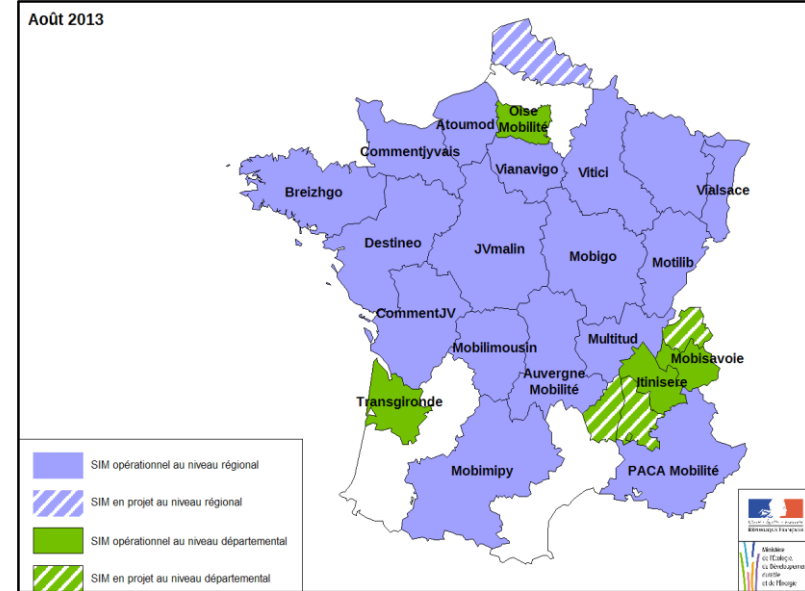


- Une large diversité d'échelles et de fonctionnalités des SIM actuels
- Une absence d'interopérabilité entre les différents outils à l'échelle nationale
- Création en 2011 d'une Agence française pour l'information multimodale et la billettique (AFIMB)
- Nombreux exemples étrangers de SIM nationaux (Allemagne, Suisse, Pays-Bas, Angleterre) ainsi qu'un projet de SIM européens « EU-spirit »
- Des initiatives privées (Itransport, etc.)

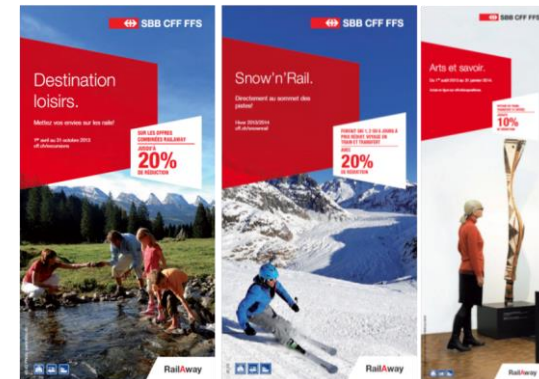
**Faire évoluer les outils actuels afin de mieux guider les populations touristiques dans la préparation de leur voyage**

- De nombreuses initiatives de titres combinés en région de montagne
  - Exemples d'opération promotionnelle combinée : « Ski Rail » pour les TER Midi-Pyrénées ou « Ski'N'Pass » pour les TER Lorraine
  - Centrale d'achat d'excursions et de séjours touristiques, Rail Away, proposant un catalogue de destination et des offres combinées avec réductions/bons plans et titre de transport pour un trajet porte à porte

**Un marketing « intégré » à développer**



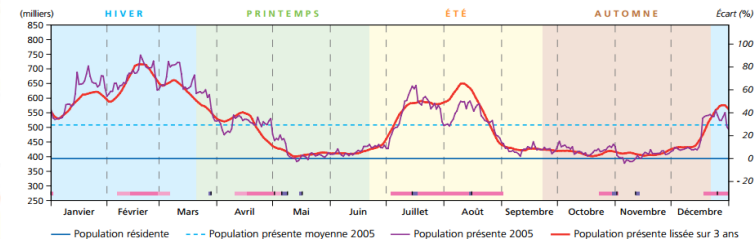
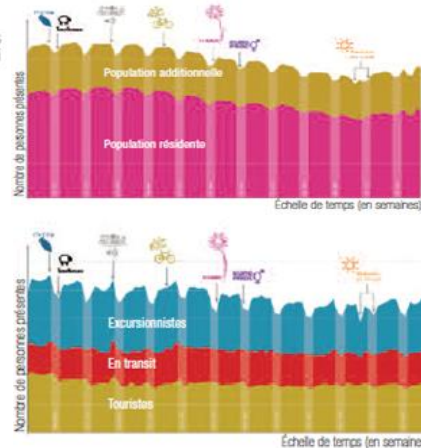
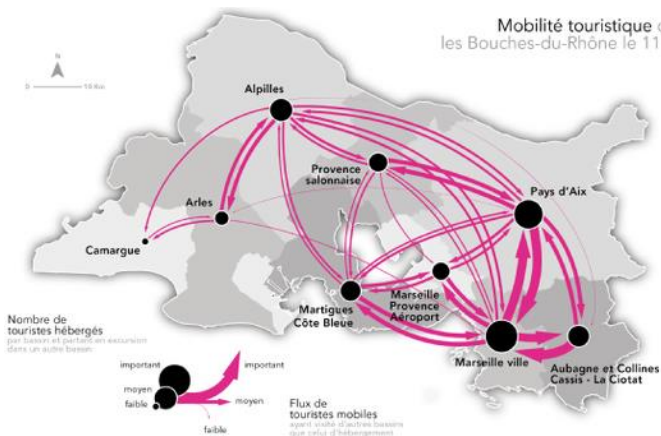
**Annnonce d'un projet de calculateur d'itinéraire multimodal national à l'horizon 2015 par le ministre délégué aux Transports en février 2014 et annonce du développement d'un prototype par THALES en mars**



# Vers un renouvellement des méthodes d'observation de la mobilité touristique ? Les apports des traces numériques et du Big Data



- Un « Renouveau » de l'observation touristique permis par l'analyse des traces numériques laissées par les touristes lors de leur passage (via téléphone, smartphone, carte bancaire, etc.), celles qu'ils publient (réseaux sociaux par exemple) ou celles qu'ils produisent lors de l'utilisation de leur GPS (tracking)
- Deux expérimentations menées par l'intermédiaire de l'utilisation de Flux Vision®, produit développé et commercialisé par Orange Business Service (OBS) depuis 2013
  - Étude de la fréquentation touristiques et la nationalité des visiteurs grâce aux informations liées au roaming par CDT des Bouches-du-Rhône
  - Travail sur l'itinérance par le CRT de la Côte d'Azur afin de cibler la communication, et promouvoir des différentes destinations
- De réels apports qualitatifs : vision infra-départementale, facilité de mise en œuvre et mise à jour continue
- Toutefois, des limites à l'exercice : contraintes de délais, quantification toujours complexe, des applications plutôt orientées vers le géomarketing, des données demeurant la propriété de sociétés privées

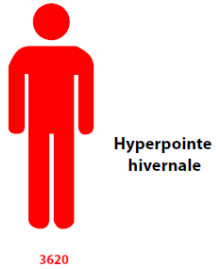
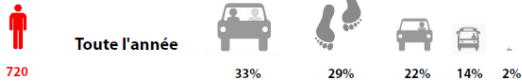




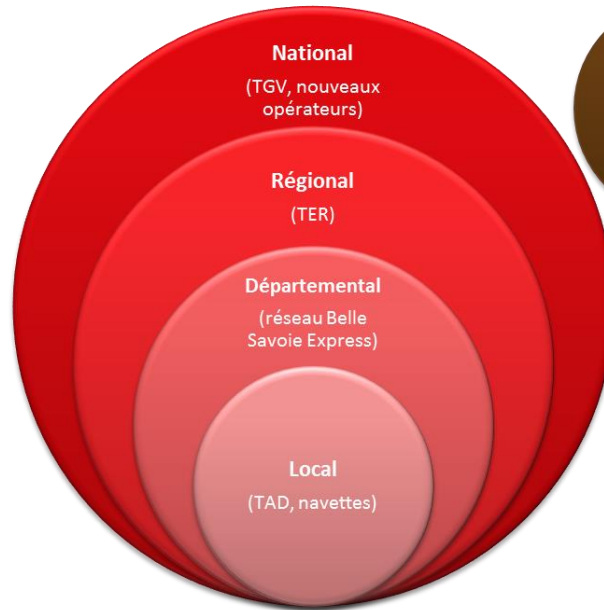
## Retour d'expérience sur l'étude d'ingénierie des mobilités touristiques et transports collectifs de Terra Modana



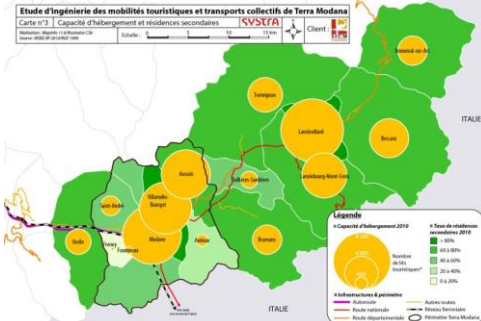
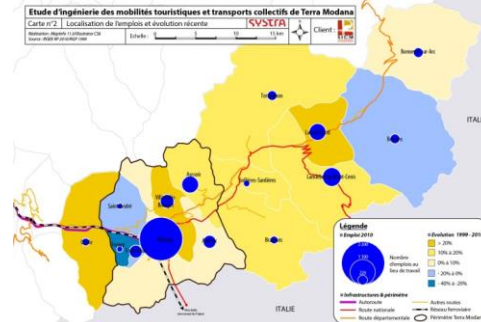
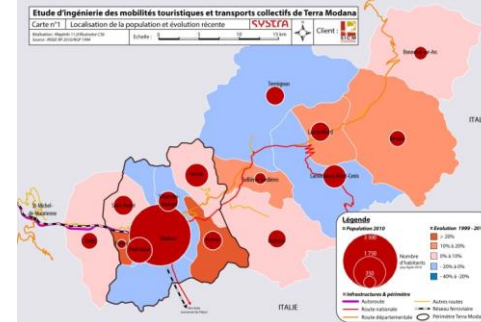
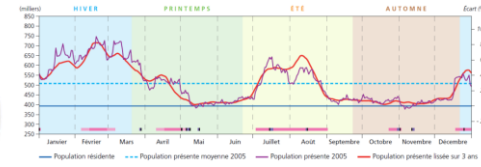
# Un réseau de transports collectifs multi-échelle souffrant de carences en termes de coordination et fortement soumis aux contraintes de saisonnalité



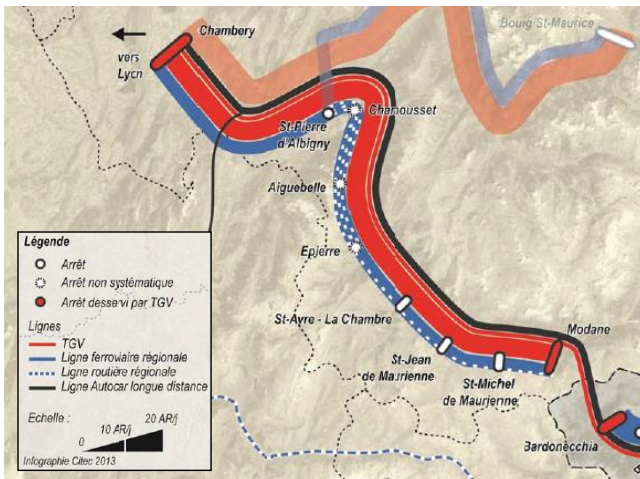
\*sources : Transdev et observations



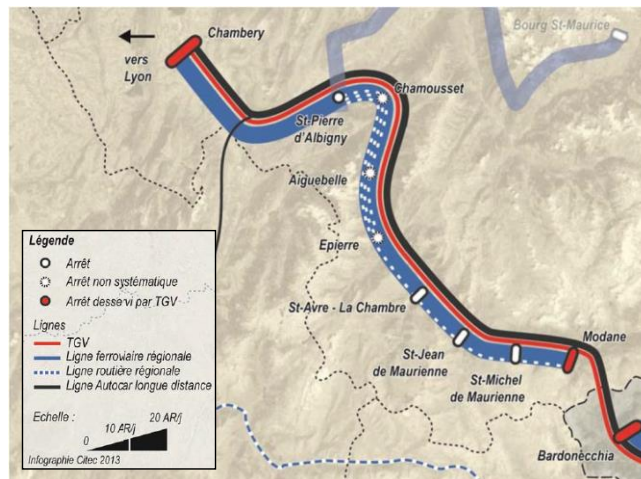
Offres privées (Skimania, SLDSKI, etc.)



## Offre un week-end, en saison



## Offre un jour ouvrable de base (JOB) hors saison



# Les leviers d'action retenus à l'issue d'un travail de concertation, animation et enquête à l'échelle du canton de Modane

## A - Coordination de l'offre de transport collectif

A1 – Créer une instance de concertation entre les différentes AOTs

A2 – Mettre en place un processus concerté pour le changement d'horaires annuel (plan de transport)

A3 – Mutualisation / optimisation de l'offre sur les troncs communs (suppression des doublons)

## B - Système d'information aux voyageurs et communication

B1 – Elaborer un support unique type « guide horaire » à destination des résidents et des touristes

B2 - Optimiser les fonctionnalités de la plateforme Mobi Savoie : trajet bout en bout, commercialisation titre unique, etc.

B3 – Proposer la possibilité d'acheter un titre unique directement sur le site couplant billet de train et offre locale

## C – Tarification / billettique et marketing

C1 - Améliorer la lisibilité de l'offre pour les usagers (saisonnalité)

C2 – Proposer des offres tout compris ou combinées transport/activité touristique

C3 – Mettre en œuvre des actions de communication et de promotion des solutions existantes

## D - Mobilité alternative à la voiture individuelle

D1 - Développer le covoiturage en solution complémentaire aux transports collectifs

D2 - Encourager et faciliter l'utilisation des modes actifs

D3 – Etudier la pertinence d'une liaison téléporté vallée – stations

# Des actions relevant souvent d'une multiplicité d'acteurs

