



Atelier 3 «Le management de la mobilité digital et le MaaS (mobility as a service)»





- 1/ *Introduction et éléments de cadrage du webinaire* – **Cyprien Richer, CEREMA**
- 2/ *« Perception des messages incitatifs au report modal intégrés dans une application de mobilité multimodale »* – **Florence Labarre, Ratp Smart Systems et LAET**
- 3/ *« Le Compte Mobilité de Mulhouse : les leçons tirées après 2 années de service du MaaS »* – **Christophe Wolf, Mulhouse Agglomération**
- 4/ *« NaviGoGo, la promesse d'un MaaS individualisé pour la jeunesse ? »* – **Guillaume Gach, SYSTRA**



Propos introductifs – Cyprien RICHER (Cerema)



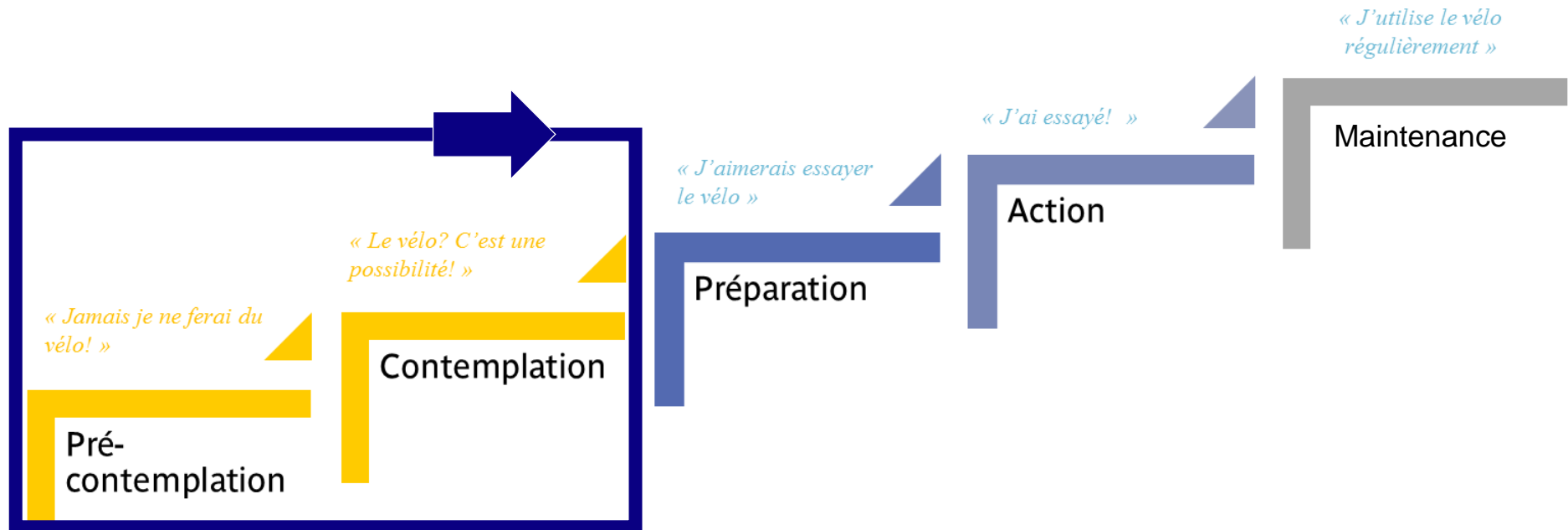
Perception des messages incitatifs au report modal intégrés à une application de mobilité multimodale

JNMM 2020 - Le management de la mobilité digital et le MaaS

Florence Labarre
01 Juillet 2020

Public cible: Automobilistes peu favorables aux solutions alternatives

Modèle transthéorique (TTM) ou les étapes pour le changement de comportement.



Source: Adaptation du schéma RR&A Roland Ribl & Associés pour la CUS - Cerema

Action: sensibilisation aux avantages des solutions alternatives

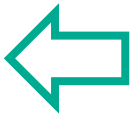


Etude #1 : Expérimentation

Les messages incitatifs permettent-ils d'avancer dans le processus de changement de comportement ?

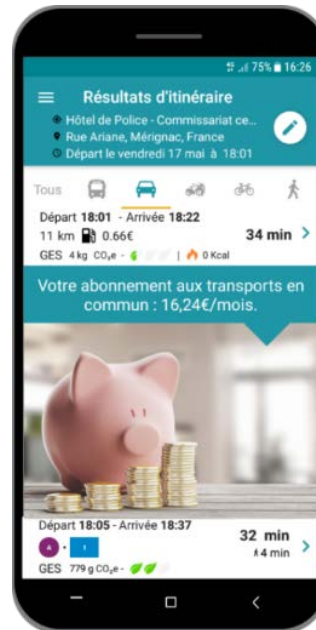
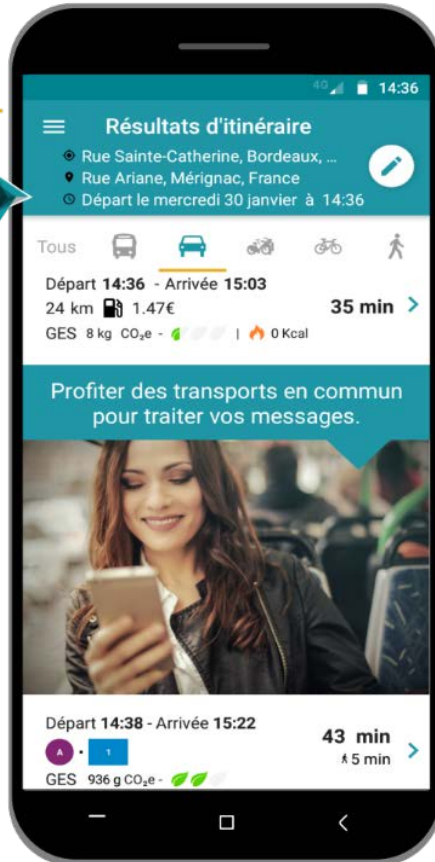
Etude #2 : Focus Group

Comment les messages sont-ils perçus ?



Composition des messages

EMILY



Résultats: Perception des messages

Message
contextualisé
=
Perception
modifiée

Etape de
changement
différente
=
Perception
différente

Contextualisation
=
Projection

Conclusion : Maîtriser la communication contextualisée





A LA RECHERCHE D'UN SYSTÈME DE BILLETTIQUE : ENSEIGNEMENTS TIRÉS DES ÉCHANGES AVEC LE GROUPE TRANSDEV ET D'AUTRES AOM

Sur le service

Postpaiement
(clients occasionnels/réguliers)

Multimodalité
(plus d'enjeux que sur
l'intermodalité)

Smartphone

Sur la technique

Multi-accès
(systèmes ouverts vs
monolithiques)

Éviter le SIM-Centric

Se préparer à l'open
data, aux web services



1

Je crée mon Compte Mobilité



2

Selon le jour, mes besoins, mes envies, je choisis le mode de déplacement le plus adapté



3

Je consulte mon suivi conso en temps réel et suis alerté lorsque j'approche du budget déplacement que je me suis fixé

4

Je paie à la fin du mois tous mes déplacements avec la garantie des meilleurs tarifs

- Les partenaires institutionnels



- Les partenaires fournisseurs de service de mobilité



- Les partenaires techniques



Table
ronde
2016

Confirmer la pertinence du service et déterminer les éléments nécessaires à son succès

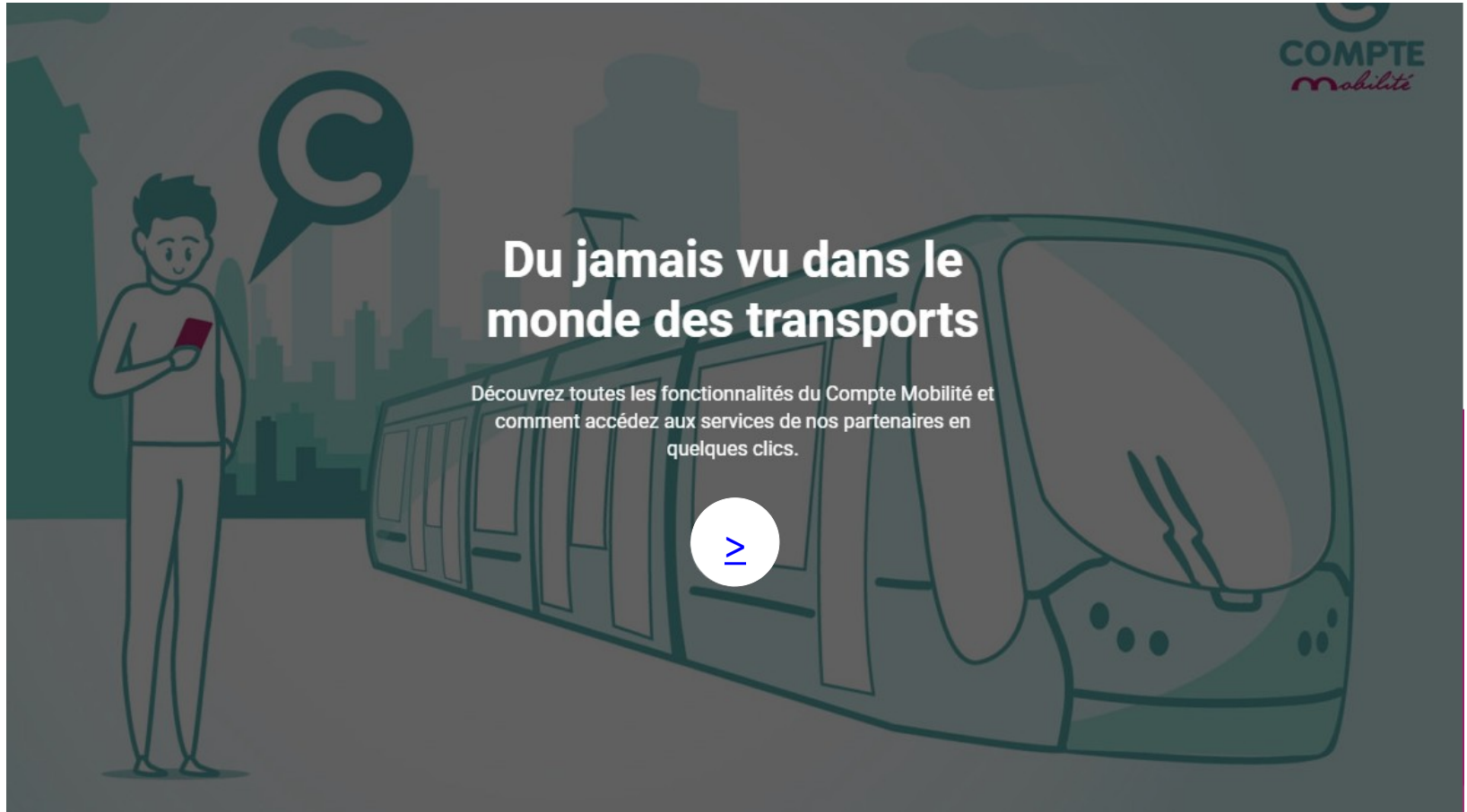
Table
ronde
2017

Validation du parcours client et des premières maquettes : l'intention d'utilisation est limitée à ce stade et nécessite l'ajout de nouveaux éléments

Tests
2018

**Tests en situation réelle de Mars à Juin 2018
Etude par téléphone auprès de 900 personnes**





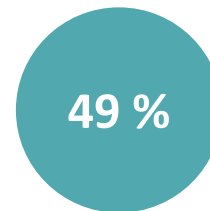
LES CHIFFRES DU MOMENT



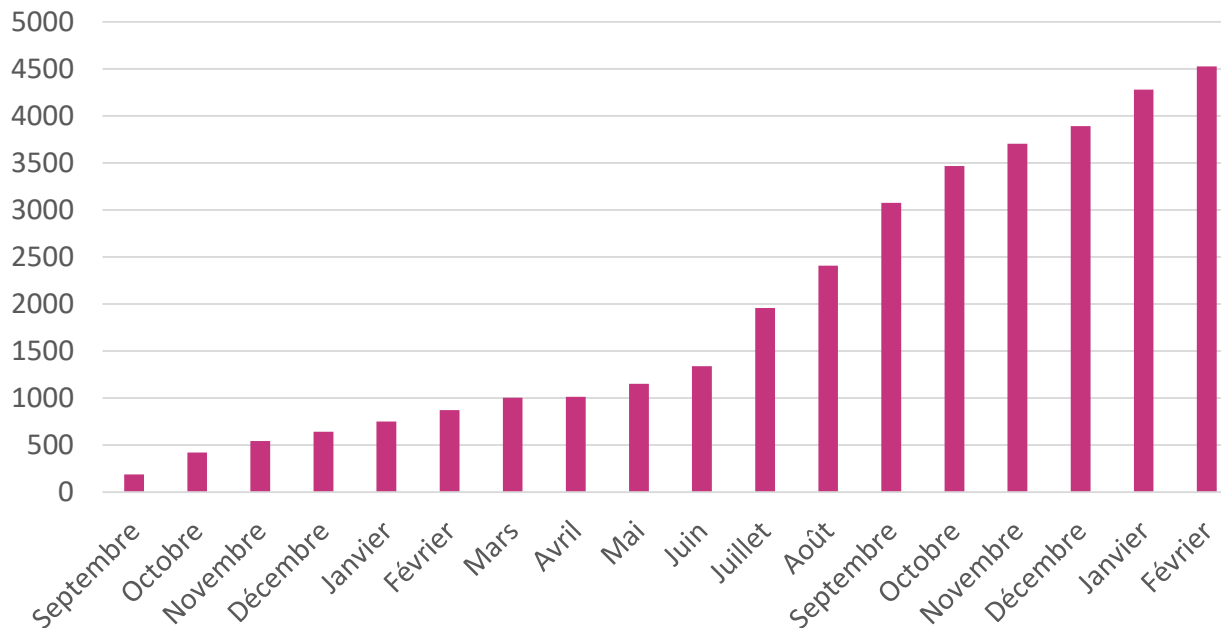
téléchargements de
l'application



clients inscrits



des prospects finalisent
l'inscription



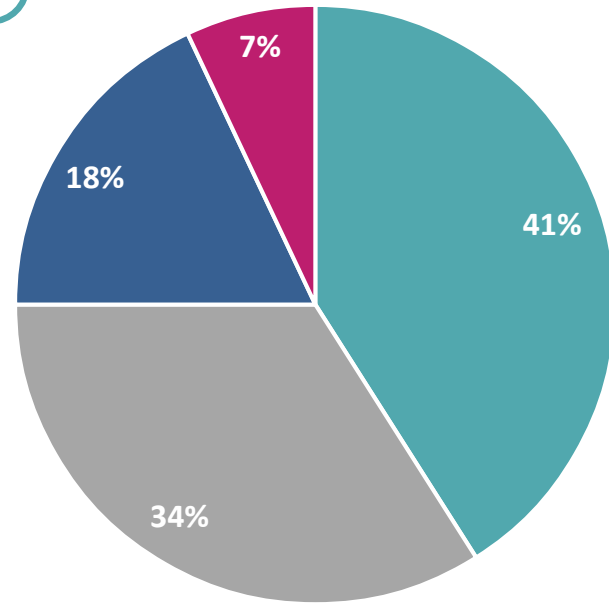
QUELS SERVICES SONT CHOISIS?



72 %
des clients ont choisi **Soléa**



17 %
des clients ont choisi **citiz**



■ 1 Service ■ 2 Services ■ 3 Services ■ 4 Services

1^{ère} idée à véhiculer :

Tout en 1

TOUS

Une 2^{ème} idée se dégage :

Simplicité

ACTIFS

Une 3^{ème} idée diversifiée :

Juste prix

OCCASIONNELS

Economique

REGULIERS

Flexibilité/Liberté

JEUNES /
ACTIFS

Ecologie

OCCASIONNELS

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Quels nouveaux services (stationnement, TER, taxis, covoiturage, bornes...) ?

Mettre à jour l'application ?

Revoir le parcours d'inscription ?

Changer la brique de paiement ?

CRÉER L'EFFET BOULE DE NEIGE

Améliorer le back-office pour optimiser le service client ?

Elargir la cible (touristes, employeurs...) ?

Quelle stratégie marketing adopter ?

CONNAITRE LES HABITUDES DES CLIENTS

Industrialiser le système ?

Fiabiliser et exploiter la base de données ?

Récompenser le report modal par la gamification ?

CONFORTER ET DÉVELOPPER LE PARTENARIAT

Passer du projet au service ?

Quelles missions confier à Soléa ? à la com' m2A ?

Clarifier les échanges opérationnels ?



Merci de votre attention



1^{re} Juillet 2020

Atelier JNMM 2020

Le management de la mobilité digital et le MaaS : NaviGoGo

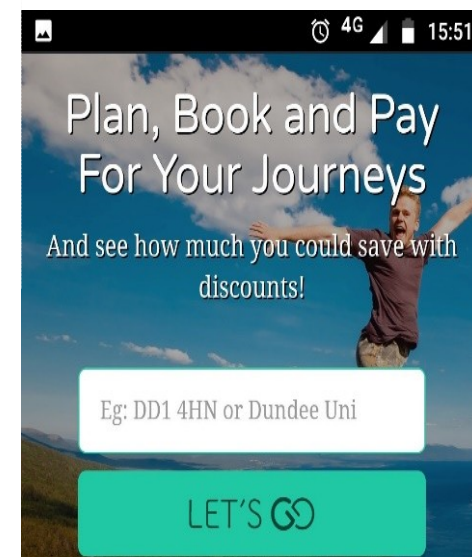
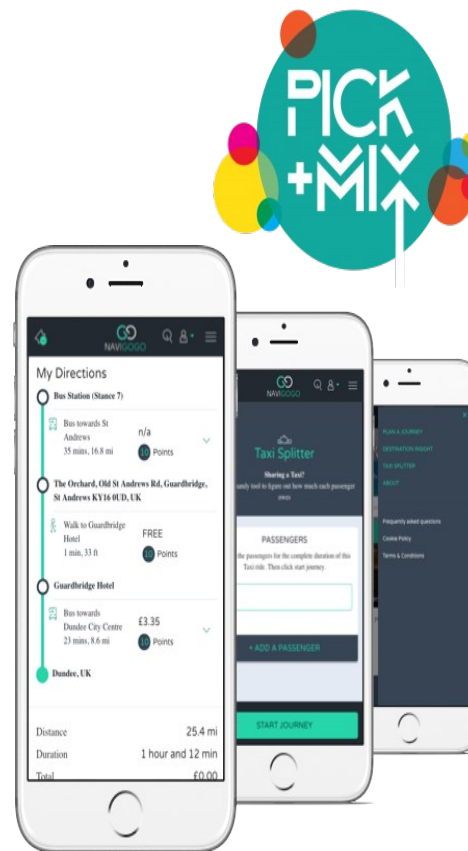


NaviGoGo, la promesse d'un MaaS individualisé pour la jeunesse ?

Le projet et ses objectifs

NaviGoGo est la première expérimentation de mobilité servicielle au Royaume-Uni visant exclusivement la jeunesse urbaine et rurale Ecossaise. L'expérimentation s'est déroulée sur une période de 6 mois entre 2017 et 2018 fournissant aux 16-25 ans une plateforme unique d'accès à l'information, à la réservation et au paiement d'une offre multimodale de transport personnalisée.

NaviGoGo visait à améliorer l'usage des différentes mobilités et favoriser l'intermodalité en adéquation avec le mode de vie des 16-25 ans, leur offrant des alternatives à la possession d'une voiture individuelle. NaviGoGo devait permettre d'encourager la jeunesse à une mobilité plus vertueuse par le biais d'un MaaS personnalisé.

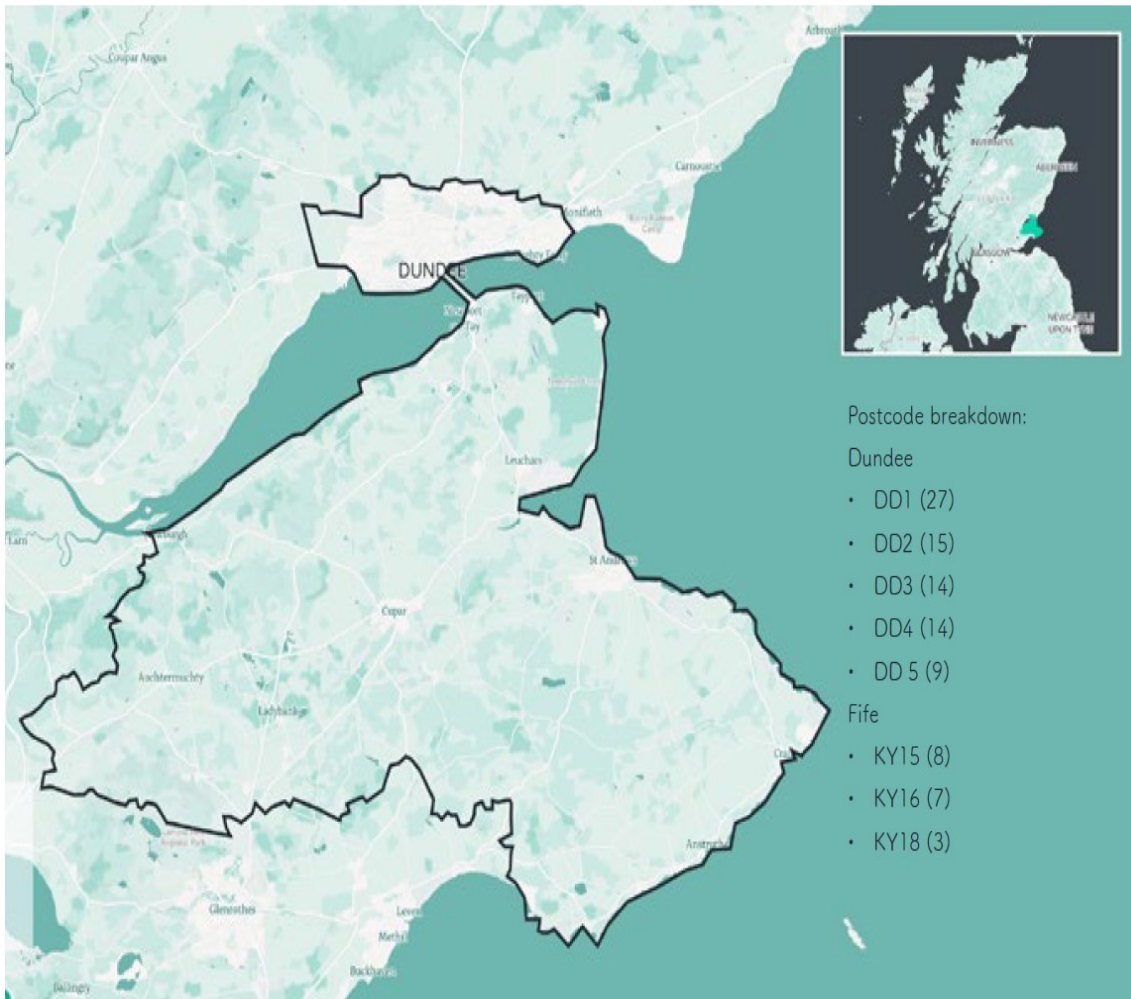


NaviGoGo est la première expérimentation MaaS Ecossaise sous forme de guichet unique co-conçue par la jeunesse, pour la jeunesse.



NaviGoGo, la promesse d'un MaaS individualisé pour la jeunesse ?

Le territoire d'expérimentation



Il comprend la ville de **Dundee** (4^{ème} ville d'Ecosse) et la région de North-Fife, couvrant une variété de mobilités urbaines et rurales sur plusieurs territoires. Le territoire s'est élargi au cours de l'expérimentation afin d'intégrer les déplacements longues distances inter-cités (lignes ferroviaires), largement plébiscités par les jeunes de 16-25 ans.



NAVIGOGO

NaviGoGo

La méthodologie

La méthodologie retenue s'est orientée autour d'une collaboration des acteurs institutionnels et l'écosystème concerné par les enjeux de la mobilité urbaine et rurale, du numérique et de l'intelligence artificielle, afin de développer un service numérique multimodal pour les 16-25 ans leur offrant alternatives et flexibilité, et en les impliquant dans chaque étape de son processus de conception. Les utilisateurs (lycéens, étudiants, jeunes salariés et entrepreneurs, NEET*) ont été interrogés au début et à la fin de l'expérimentation afin de fournir un éclairage sur l'impact de NaviGoGo dans leurs déplacements et les améliorations attendues du service pour les futurs utilisateurs dans le but d'un déploiement à l'échelle du Royaume-Uni.

L'ensemble des partenaires et porteurs du projet regroupait de nombreuses organisations :

Focus groups

Enquêtes

Analyse de la valeur



***NEET** : les jeunes ni en études, ni en emploi, ni en formation professionnelle ("Not in Employment, Education or Training"). Ils sont près d'un million en France selon la Direction de l'animation de la recherche, des études et statistiques (Dares).



NaviGoGo

Les résultats

L'analyse des données de mobilité collectées ainsi que les résultats des entretiens des utilisateurs quant à leur retour sur l'usage et l'intérêt de l'outil (e.g. « votre avis général sur NaviGoGo », « quel impact sur vos déplacements et modes de transport », « quelles améliorations à envisager ») ont mis en évidence des changements de comportement notamment sur l'attractivité du transport public et des mobilités partagées, la simplicité d'accès au transport et l'accès facilité à l'emploi et à la formation.



84%
conviennent que
NaviGoGo rend le
transport public
plus attractif



66%
conviennent que
NaviGoGo rend la
mobilité partagée
plus attractive



80%
conviennent que
NaviGoGo rend
les déplacements
plus simple
(lisibilité)



71%
conviennent que
de se déplacer en
toute confiance
(liberté et
nouveaux modes)



66%
conviennent que
NaviGoGo aide à
se connecter à
l'emploi



55%
conviennent que
NaviGoGo aide à
se connecter à la
formation



NAVIGOGO

39% des usagers conviennent que les modes de transports proposés dans le calculateur d'itinéraires auraient changé leur comportement. Ils ont également rapportés que :

- Les transports seraient plus pratiques
- Ils seraient mieux informés
- Les options seraient mieux personnalisables
- Ils auraient utilisés différents modes



75%
des usagers auraient utilisé le
bus plus/beaucoup plus
souvent



39%
des usagers auraient utilisé leur
voiture moins/beaucoup moins
souvent

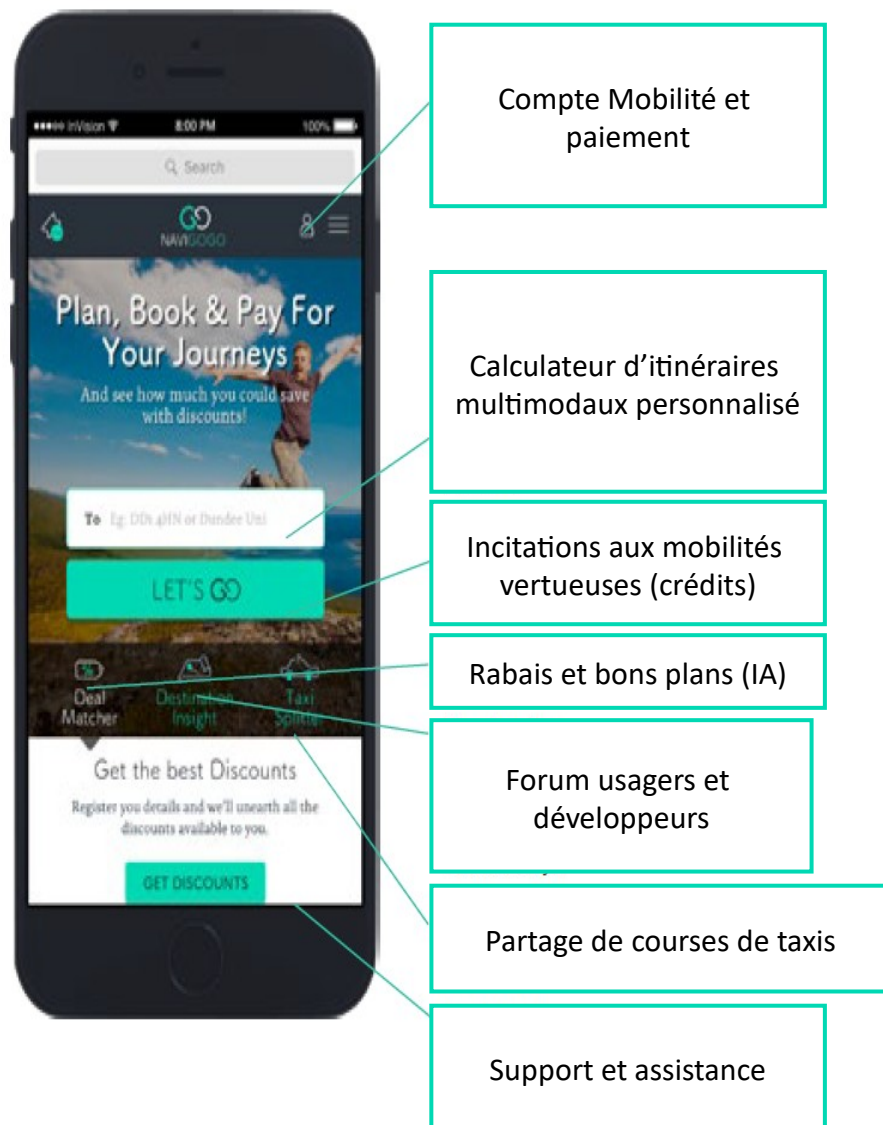


84%
payer tous leurs déplacements



NaviGoGo

La dimension novatrice



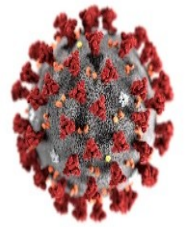
La dimension novatrice de cette expérimentation réside dans plusieurs éléments :

- *Un MaaS individualisé pour la jeunesse et couvrant plusieurs bassins de mobilité*
- *Une co-conception du service avec les futurs utilisateurs*
- *Des fonctionnalités spécifiquement développées pour la jeunesse (e.g. partage de courses de taxis, incitations aux mobilités vertueuses, rabais et bons plans)*



La crise du Covid-19 et le MaaS

Le « tout sans-contact »



Ce qui a bien fonctionné...

- Information sur le taux de remplissage des véhicules
- Information sur le taux de remplissage en gare
- Itinéraire personnalisable (itinéraire le moins occupé)
- Alertes de santé Covid-19
- Subventions au changement de comportement
- Micromobilité
- L'accélération du déploiement de solutions billettiques et le paiement sans contact sous toutes ses formes

...qui risque de durer post-Covid...

- Un changement rapide des politiques
- L'information voyageurs amélioré
- Les capacités à augmenter les déplacements alternatifs
- L'intégration de modes de transports alternatifs

et ce qui a fortement été impacté ou qui n'a pas marché.

- Les Apps de traçage de la population
- L'utilisation des transports publics
- Le covoiturage





LA CONFIANCE TRANSPORTE LE MONDE

We work with
Innovate UK



NAVIGOGO
Scotland's first MaaS pilot

 **ESP Group**

Supported by:

 @NaviGoGoUK #navigogo

SYSTRA