

INFORMATION VOYAGEUR

Faire de chaque voyage une expérience maîtrisée et positive, grâce à la diffusion de la juste information.







Faire de chaque voyage une expérience maîtrisée et positive, grâce à la diffusion de la juste information.



Xavier Aymonod
Directeur Client
Voyageur et Innovation,
Groupe et France

En entreprenant une réflexion complète sur les attentes de nos clients vis-à-vis de l'information voyageur et sur les leviers d'amélioration associés, nous devenons le **partenaire de mobilité de nos voyageurs** en leur apportant sérénité et confiance tout au long de leurs parcours. L'information voyageur (IV) représente une vitrine au travers de laquelle la qualité de notre service est évaluée. A ce titre, nous nous **engageons** auprès de nos Autorités Organisatrices et de nos clients voyageurs à :

- › **Améliorer** l'expérience proposée aux voyageurs
- › **Renforcer** nos solutions d'information voyageur, notamment en situation perturbée
- › **S'engager** sur la qualité de l'information voyageur
- › **Valoriser** l'intermodalité et les territoires.

Afin de produire une **information voyageur accessible à tous**, nous nous appuyons, sur l'ensemble de nos réseaux, sur des données **en temps réel, géolocalisées et interactives**. Nous apportons de nouvelles solutions digitales pour améliorer l'**autonomie des usagers**, proposons de nouveaux services sur l'**ensemble de nos canaux**, pour renforcer la maîtrise des parcours grâce à une **information juste** : contextualisée, cohérente et répondant aux besoins immédiats de nos voyageurs. Nous développons le **savoir-faire de nos équipes** pour générer davantage de **proactivité**, notamment en situation perturbée, et accroître notre **proximité** avec chaque voyageur.



Cette ambition, nous la portons par le programme

Arr'iv 



ARR'IV est le programme incarnant la vision de Transdev sur l'information voyageur au service des utilisateurs, de nos équipes et de nos partenaires Autorités Organisatrices de Mobilité.

La valeur ajoutée de ce programme repose sur :

- › Le **repositionnement du voyageur** au cœur de nos projets information voyageur, en repartant de ses besoins exprimés ;
- › L'accompagnement et la montée en puissance de nos réseaux au travers de la **définition de standards**, la mise à disposition d'outils et de **démarches d'amélioration continue** ;
- › L'**accessibilité de l'information voyageur** à tous nos voyageurs pour le développement de la multimodalité
- › La **promotion du territoire** au travers de chaque information voyageur diffusée

Ce livre blanc présente une synthèse des éléments de vision et de stratégie portés par ce programme, appuyés par une enquête client et un diagnostic terrain, adressés à nos partenaires Autorités Organisatrices de Mobilités, ainsi qu'aux équipes Transdev en réseau et en central.



Autonomie



L'**Autonomie** du voyageur renforcée avec une application multimodale, simple d'utilisation pour les voyageurs

Résolution



La **Résolution** des situations perturbées, grâce à de nouveaux outils et de nouvelles pratiques

Robustesse



Des engagements en faveur de la **Robustesse** du système, en développant les compétences, les standards et la culture client

Impact



Un **Impact** augmenté de l'information voyageur, adaptée aux comportements et attentes de nos clients

Valorisation



La **Valorisation** du territoire, de la multimodalité, et de nouveaux services améliorant l'expérience et l'accessibilité

LES INFLUENCES SUR LE MARCHÉ DE L'INFORMATION VOYAGEUR

ATTENTES DE NOS CLIENTS VOYAGEURS ET AUTORITES

ORGANISATRICES, ENJEUX TECHNOLOGIQUES ET FOURNISSEURS



Les attentes de nos voyageurs décryptées : réassurance, digitalisation et personnalisation.

La Direction Client Voyageur du Groupe Transdev a conduit une double étude qualitative (focus groupe, triades) et quantitative permettant d'approfondir notre compréhension des attentes de nos clients en matière d'information voyageur. Cette étude, riche en enseignements sur les canaux d'information préférés par les voyageurs ou encore sur l'utilisation de l'information voyageur quelle que soit la situation et le type de trajet, permet aux équipes Transdev de s'appuyer sur des données précises pour répondre aux besoins des voyageurs.

Toutes les équipes Transdev sont aujourd'hui mobilisées dans le cadre du programme ARR'IV pour concevoir et implanter, à partir de cette étude, une information voyageur pertinente et accessible pour ses usagers.

Qu'est-ce que l'information voyageur pour nos clients ? Comment la perçoivent-ils ?

La mobilité n'est pas sereine par nature : même en cas de trajet connu et en situation normale, près de trois voyageurs sur quatre vérifient en permanence l'information voyageur. Cet état d'esprit « en alerte » s'accroît en situations perturbées, génératrices de stress supplémentaire. 59% des répondants déclarent stresser rapidement en cas de perturbation.

C'est pourquoi, l'information voyageur, définie par les usagers comme « l'ensemble des renseignements utiles, visibles et communiqués, qui parviennent en temps réel aux voyageurs et permettent de les accompagner sur la totalité de leurs trajets » est un élément primordial de l'expérience client. L'information voyageur joue un véritable rôle de guide et permet de rassurer les usagers tout au long de leur trajet et dans toutes les situations.

Il existe donc une véritable attente légitime des usagers des transports en commun vis-à-vis de l'information voyageur. Lorsqu'elle est au rendez-vous, c'est-à-dire lorsqu'elle est fiable et délivrée

en temps réel, elle permet d'introduire des repères rassurants dans le parcours et constitue le socle de la satisfaction en mobilité : une arrivée dans les temps et sans mauvaise surprise. A contrario, lorsqu'elle fait défaut (absence d'information ou informations erronées), l'information voyageur est source d'inquiétude et d'insatisfaction.

Ainsi, si 87% des voyageurs sont globalement satisfaits de l'information voyageur sur leur réseau, 73% déclarent que le manque d'informations en situations perturbées peut les décourager de prendre les transports en commun. Il est donc nécessaire d'adapter l'information voyageur aux nouvelles attentes des usagers.

"Sur les trajets habituels ou du quotidien, l'automatisme l'emporte et guide les habitudes et les comportements des voyageurs."

De quelles informations nos voyageurs ont-ils besoin à chaque étape de leur trajet et selon les situations ?

En situation normale, sur les trajets **habituels** ou du quotidien, l'**automatisme** l'emporte et guide les habitudes et les comportements des voyageurs. Ces derniers attendent alors ce qui pourrait être considéré comme « le socle de base » de l'information voyageur :

- › **A l'arrêt** : le plan du réseau, le nom de l'arrêt, le numéro et la destination de la ligne, les éléments dynamiques comme le temps pour arriver au prochain arrêt, le temps d'attente avant le prochain départ ;
- › **A bord** : le prochain arrêt desservi.

En situation normale, l'usage des **supports digitaux** est **intensif**, puisque ces derniers sont utilisés de façon exclusive par 1 voyageur sur 2 pour préparer un trajet, et de façon **mixte** (combinaison avec des supports papiers, renseignements auprès d'agents ou centres d'appels) dans les mêmes proportions.

Dans le cadre de trajets **inhabituels** ou perturbés, le voyageur cherche à retrouver la **maîtrise** de son parcours en **vérifiant** les informations sur l'ensemble des canaux mis à disposition, afin de **sécuriser les moments clés** de son voyage. En plus du « socle de base » (prochains départs, horaires, sens, etc.), les voyageurs attendent que leur soient délivrées de façon **proactive** des informations **spécifiques** à la perturbation, leur permettant de regagner en **autonomie** : durée de la perturbation, temps de reprise, autres alternatives et impact temps, motifs.

En situation **perturbée**, un voyageur sur deux (48%) fait preuve de **méfiance** vis-à-vis des informations délivrées. Les usagers adoptent alors dans ce type de situation une **stratégie de multi-vérification** multicanale, et expriment des attentes fortes sur l'**inter-canalité** (renvoi

vers d'autres canaux), l'**homogénéité**, la **cohérence** entre les sources et le ciblage (ex. par ligne).

Le digital occupe ici encore une place **prépondérante** puisque 83% des voyageurs consultent des **supports digitaux** et 43% les **complètent** avec des canaux non digitaux, les annonces sonores, les supports **visuels dynamiques** (écrans, bandeaux) et la **prise de parole** agent (ex. conducteur) étant considérées comme les plus **percutants**.

A noter : pour un trajet inhabituel et en correspondance, de fortes attentes sont exprimées en matière de signalétique et d'aide au cheminement.

L'information voyageur idéale pour les usagers : quelles sont leurs principales attentes pour demain ?

Les voyageurs expriment avant tout des attentes sur l'information **temps réel** (91% intéressés), l'information concernant les **autres modes** utilisés lors du trajet (88% intéressés) ainsi que la **géolocalisation** exacte des véhicules (87% intéressés). D'autres informations concernant la **distribution** (ex. lieu d'achat le plus proche), des éléments de **confort** et d'**accessibilité** (ex. fréquentation), la **disponibilité** des modes doux ou la fréquentation des parkings relais pourraient susciter de l'intérêt à plus long terme.



« L'information voyageur au cœur de l'expérience client : Quelles priorités pour demain », résultats de l'enquête nationale 2022 lancée par la Direction Client Voyageur Transdev disponible sur www.transdev.com.

A woman with dark hair, wearing a floral patterned shirt and a denim jacket, is looking down at a tablet device she is holding. The background is softly blurred, suggesting an indoor setting with natural light.

75%

des voyageurs **vérifient en permanence** l'information voyageur

87%

des voyageurs **sont satisfaits** de l'information voyageur

73%

des voyageurs déclarent que le **manque d'information** en situation perturbée peut les **décourager** de prendre les transports en commun

47%

des voyageurs utilisent les supports digitaux de **façon exclusive**

48%

des voyageurs sont **méfiant**s vis-à-vis de l'information voyageur en situation perturbée

91%

des voyageurs sont intéressés pour disposer **en temps réel** de l'information sur les prochains passages

Les attentes de nos Autorités Organisatrices de Mobilité : modernité, inclusion, humanisation et multimodalité

L'information voyageur est une **composante** du voyage particulièrement **scrutée** par les Autorités Organisatrices de Mobilité. L'insatisfaction éventuelle des voyageurs vis-à-vis de cet incontournable rencontre une **très forte résonance** auprès de nos partenaires, qui attendent de l'opérateur une information voyageur **infaillible, accessible** et renvoyant l'image d'une collectivité **moderne et dynamique**.

L'accélération de l'**intégration des mobilités** à la maille des régions ou de certaines grandes métropoles, reprenant à leur compte le MaaS, fait émerger des **exigences de plus en plus fortes** concernant la mise à disposition des **données mobilité**.

Les Autorités Organisatrices sont en outre sensibles à une **présence humaine proactive**, notamment auprès des populations moins autonomes (PSH/PMR, seniors, scolaires, touristes) ; ainsi qu'à la promotion de la **multimodalité**, en particulier lorsque celle-ci constitue une solution alternative de transport en situation perturbée ou qu'elle s'inscrit dans une **stratégie de décarbonation** en s'interfaçant avec les mobilités dites « douces ».

Enjeux technologiques et acteurs associés : de nouveaux terrains de jeux pour l'information voyageur à horizon 2027

Largement associée à l'évolution des technologies et pratiques digitales, l'information voyageur de demain repose sur la **qualité de la donnée, l'intermodalité, le prédictif** et l'**hyperpersonnalisation**.

A court terme, et propulsés par la LOM (Loi d'orientation des mobilités), les **standards de qualité** des données (comme la fréquence d'actualisation ou la fiabilité du contenu) seront **réhaussés** ; le **temps réel** n'est déjà plus une option, et les nouveaux usages de la donnée (mesure de l'affluence, suivi du réalisé par l'opérateur) sont en passe de devenir des **normes**.

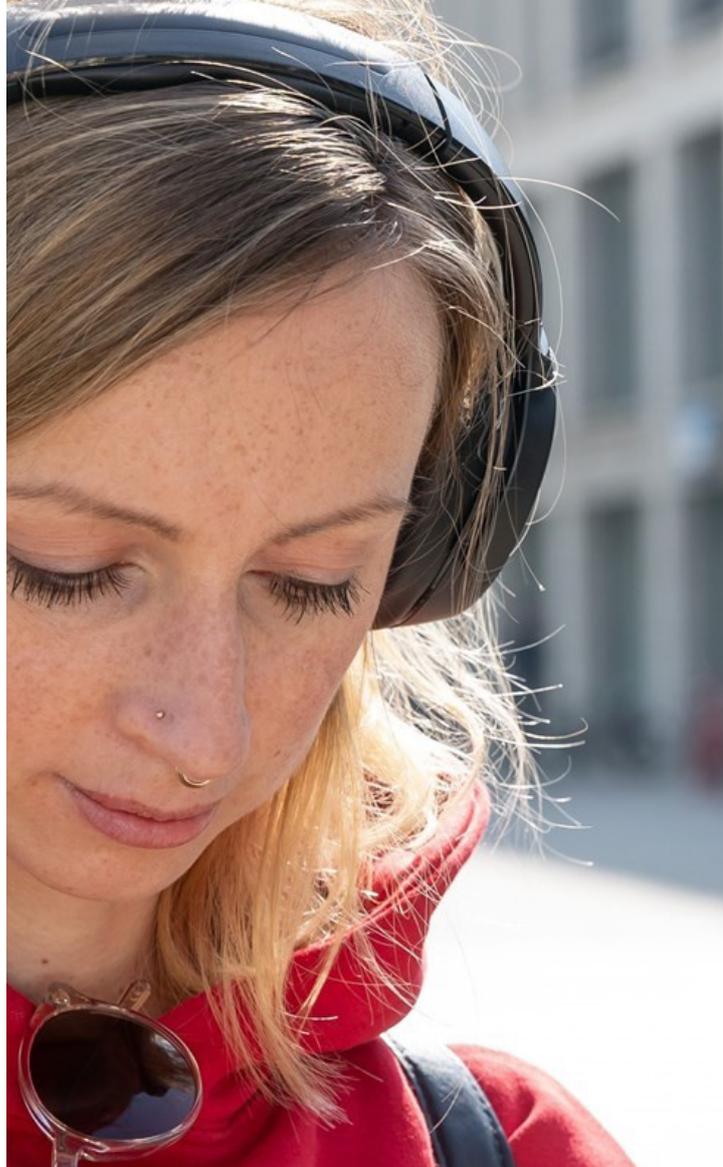
Les solutions de **géolocalisation** et de **guidage** du voyageur se généralisent. Peu à peu, le degré de **confiance** des utilisateurs envers ces fonctionnalités se développe, et l'information voyageur va s'immiscer dans la gestion de nos emplois du temps (ex. affichage proactif des temps de parcours à partir des calendriers).

Les **solutions MaaS**, acquises sur le marché ou développées par nos Autorités Organisatrices de Mobilité, gagnent en **stabilité** sur leurs briques information voyageur et transactionnelles. La génération et la mise en qualité des données mentionnées ci-dessus permet progressivement d'intégrer dans ces solutions les flux de MSP (Mobility Service Providers) de plus en plus nombreux, facilitant ainsi le **report modal** : concessionnaires de parking, collectivités pour les stationnements hors P+R, opérateurs mobilités douces, etc. A terme, les données en provenance d'autres services des collectivités pourraient être intégrées (ex. Points d'intérêts touristiques, services de la collectivité), au service de l'**inclusivité** et de l'**attractivité des territoires**. A noter : les solutions de guidage et de géolocalisation favorisent aussi l'intermodalité, en orientant les voyageurs en correspondance entre les modes.

La gestion des **situations perturbées** est également amenée à évoluer rapidement. Les nouveaux outils analytiques, l'**intelligence artificielle**, les systèmes de gestion centralisée et **collaborative** de l'information voyageur permettent déjà d'anticiper les aléas et d'en **scénariser la résolution**, pour gagner en réactivité et **résorber les désagréments** subis par les voyageurs. La **compréhension individuelle** des voyageurs (fonctionnalités de personnalisation, renseignement du profil et des préférences dans les applications), rendent possible à court terme la diffusion d'information trafic hyper **personnalisée**, plus **impactante** : perturbations sur le trajet domicile-travail, notifications ciblées, etc.

Complémentaires aux supports digitaux, les supports **statiques**, et en particulier les supports contextualisés, facilitant la compréhension de l'offre de transport et fournissant des **repères** orientant les voyageurs, s'adaptent. La distribution des **fiches horaires** à la demande (via automate), l'inter-canalité (ex. QR code sur les supports statiques), la multiplication de **plans 3D** et de systèmes de guidage **Nudge** sont autant de tendances que nous accompagnons.

Grâce aux moyens que nous dédions à l'**innovation** (Open innovation ou expression de besoin des collectivités) et du fait de notre constante adaptation aux attentes de nos voyageurs, nous ambitionnons de nous positionner comme un **acteur de référence** sur ces thématiques d'ici 2027, avec en ligne de mire une expérience de mobilité toujours plus **sereine et positive**.



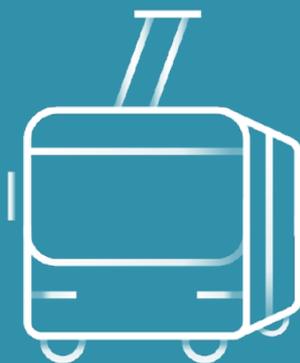
"Le temps réel n'est déjà plus une option, et les usages avancés de la donnée sont en passe de devenir des normes."

LES FORCES DE NOS RÉSEAUX ET LA DIFFERENCE TRANSDEV

**PROXIMITE, INNOVATION, MAITRISE DES FONDAMENTAUX ET
RELATION DE CONFIANCE...**

Le programme ARR'IV capitalise sur les meilleures pratiques des réseaux Transdev en matière d'information voyageur pour en faire des standards et améliorer tant la qualité perçue que la qualité produite de l'information voyageur sur l'ensemble du territoire.

**Un diagnostic terrain, conduit auprès de 10 réseaux Transdev en 2022, a permis
de recenser certaines de ces pratiques.**



L'INFORMATION STATIQUE, UN FONDAMENTAL MAÎTRISÉ ET UNE RECHERCHE PERMANENTE DE SIMPLIFICATION

Sur l'ensemble de nos réseaux, nous veillons à la **continuité** et à la **qualité** de l'information voyageur statique **fondamentale** (notamment horaires et plans à jour), enrichie d'informations permettant au voyageur d'affiner la **préparation** de son voyage (temps de parcours, représentations 3D, itinéraires alternatifs piétons, etc.).

Nos équipes marketing Groupe, en région et au sein des réseaux sont engagées en permanence dans la recherche de **pistes d'optimisation** des contenus pour une **meilleure lisibilité** des supports par le voyageur.

Nous nous appuyons sur notre expérience à l'international, ainsi que sur notre **relation privilégiée** avec des partenaires concepteurs de solutions print innovantes et efficaces, pour accroître l'**impact** et la compréhension de l'information voyageur statique.

Nous sommes force de proposition auprès de nos Autorités Organisatrices pour les accompagner dans leurs stratégies de **dématérialisation** de l'information voyageur.



Réseau STAS, Métropole de Saint-Etienne

Le totem d'information mis en place à la Gare de St Etienne, avec la représentation du pôle d'échanges multimodal au travers d'un plan 3D, a été pensé pour simplifier l'orientation des voyageurs vers les différents modes de mobilité.

DANS LES PAS DU VOYAGEUR

Comment l'information voyageur enrichit
l'expérience tout au long du trajet.

"L'ensemble des canaux mis à
ma disposition apporte une
**information cohérente et
complète**"

"Je choisis **comment je souhaite
être informé** par le réseau pour
organiser mes déplacements :
alerte via une notification depuis
l'application mobile, ou envoi de
SMS par exemple"



"Depuis mon domicile, je
**prépare mon trajet de
bout en bout**, j'anticipe
mes correspondances sur le
réseau et les différents modes
de transports à prendre.
**L'information complète
sur l'ensemble du trajet me
rassure**"



"Pour rejoindre mon point
d'arrêt je suis déjà **guidé** par
des **informations claires et
visuelles** pour identifier la
station sans difficulté"

"Les **horaires affichés** à l'arrêt
me permettent de retrouver sans
difficulté l'heure du prochain
passage..."

"Je n'ai pas téléchargé
l'application du réseau, mais
plusieurs dispositifs sont prévus
pour **m'informer de l'état du
trafic en temps réel** : soit avec
un **affichage dynamique**, soit
avec un **QR Code** qui me renvoie
immédiatement sur une page
d'information complète"

"Pour mon **confort**, j'ai
connaissance de **l'affluence à
bord** du prochain passage et du
suivant. J'ai la liberté de choisir
de le prendre ou d'attendre le
suivant"





"A bord du véhicule, **l'affichage géolocalisé** permet de suivre l'avancement du trajet et également de découvrir les **points d'intérêt** proches des stations de ma ligne"

"Malgré la **situation perturbée** suite à un **trajet modifié**, je suis immédiatement orienté vers un **trajet de substitution** et je suis bien informé sur la localisation de mon nouvel arrêt, à quelques minutes de là..."

"Les **correspondances** peuvent être stressantes, heureusement, un **marquage au sol** et de nombreux **repères visuels** facilitent grandement mon **orientation** au sein la gare très fréquentée. Mon **parcours** est grandement facilité et je ne raterai pas ma correspondance !

"Des **difficultés** semblent se produire sur différentes lignes, j'ai malheureusement raté la **dernière annonce vocale...** Heureusement plusieurs canaux alternatifs rappellent le message le plus important : **affichage dynamique** sur les écrans mais également les **conducteurs**, qui ont été **informés de la situation** et orientent parfaitement "

"Grâce à l'application **mobile «tout-en-un»**, j'ai pu connaître les places disponibles sur le parking relais et prendre en toute **sérénité** les transports pour rejoindre le centre-ville"

"**A l'arrivée**, je peux partager mon expérience avec les autres voyageurs : **l'échange d'information** me permet de mieux m'orienter et me **rassure** dans le **choix de mes modes**"

"**L'après-vente** et **l'après voyage est bien géré** : je peux contacter sans problème un service pour traiter **mes réclamations mais également pour retrouver un objet perdu**"



LA PROXIMITÉ AVEC LE VOYAGEUR SALUÉE

L'**empathie**, l'**écoute** et le fait d'apporter des réponses sur-mesure à nos voyageurs sont les piliers de la **culture** des agences et des centres de relation client Transdev. Dans les réseaux urbains de taille moyenne et interurbains, les agents de conduite Transdev démontrent également une grande **proximité** avec une clientèle régulière qu'ils connaissent bien.

Nombre de réseaux ont d'ailleurs fait de l'amélioration de la posture client une **priorité**, avec le développement de **formations spécifiques**, notamment pour permettre aux conducteurs de **prendre la parole** de façon spontanée en situation perturbée pour informer et rassurer leurs voyageurs,

voire en situation normale, pour « **enchanter** » le trajet.

Autres marqueurs de développement d'une relation de confiance avec nos clients, de multiples **initiatives** sont conduites pour informer, accompagner et **sensibiliser** les voyageurs à l'usage des transports : ludification du voyage, interventions en milieux scolaires, stands mobiles, etc. Certaines de ces initiatives ciblent des populations spécifiques (Personne en Situation de Handicap, Personne à Mobilité Réduite, Senior, Jeunes, Touristes), dans une optique d'inclusivité et d'attractivité.



Réseau Baïa, Communauté d'Agglomération d'Arcachon

L'Aventure Baïa s'inscrit dans le cadre de la Semaine du développement durable et d'un ensemble d'initiatives de sensibilisation auprès des populations les plus jeunes. C'est l'occasion, à travers des actions ludiques, de présenter et de rappeler les règles de sécurité liées au transport et d'expliquer les bonnes pratiques à adopter.



UN OPÉRATEUR DE CONFIANCE AUPRÈS DE NOS AUTORITÉS ORGANISATRICES

Sur l'ensemble de nos réseaux, nous entretenons des **relations étroites** avec nos Autorités Organisatrices de Mobilité. Nous endossons, à leur demande, un rôle de **coordination** et d'**orchestration des mobilités** du territoire, intégrant de plus en plus les mobilités douces et les activités adjacentes ayant trait à la relation client.

Par ailleurs, les canaux d'information voyageur déployés deviennent l'opportunité de **partager de nouvelles informations** qui **valorisent les territoires** (mise en avant des points d'intérêt, valorisation du tissu économique et culturel) et

la **mobilité responsable** (calcul de l'empreinte carbone) : nous travaillons activement avec les acteurs impliqués afin de répondre à de nouvelles attentes tout en garantissant notre ambition de lisibilité et d'accessibilité.



Réseau TAN, Métropole de Nantes

Le plan touristique mis en place au sein du réseau TAN permet aux voyageurs occasionnels de retrouver dans un plan simplifié les lieux à visiter desservis par le Tramway, busway, navibus et la navette aéroport : sites historiques, sorties culturelles, jardins...

UN ACTEUR DE RÉFÉRENCE INNOVANT, ET DES SOLUTIONS PHARES EN MATIÈRE DE DIGITALISATION DE LA MOBILITÉ

Nous mettons au service de l'information voyageur les atouts du Groupe Transdev en matière d'**innovation** et de **digitalisation**.

Notre stratégie d'innovation collaborative nous permet, au travers d'**initiatives internes** ou en **partenariat** avec les Autorités Organisatrices (LEMON), de faire émerger et d'expérimenter des **concepts** répondant notamment à l'objectif de « rassurer les voyageurs dans leur utilisation des mobilités partagées ».

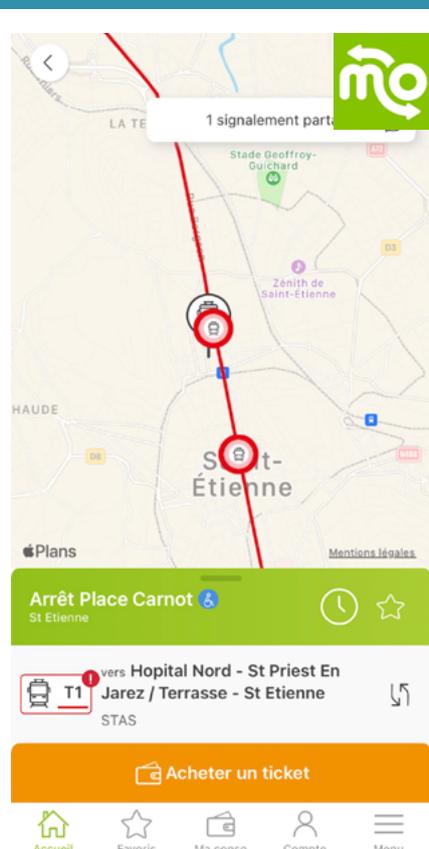
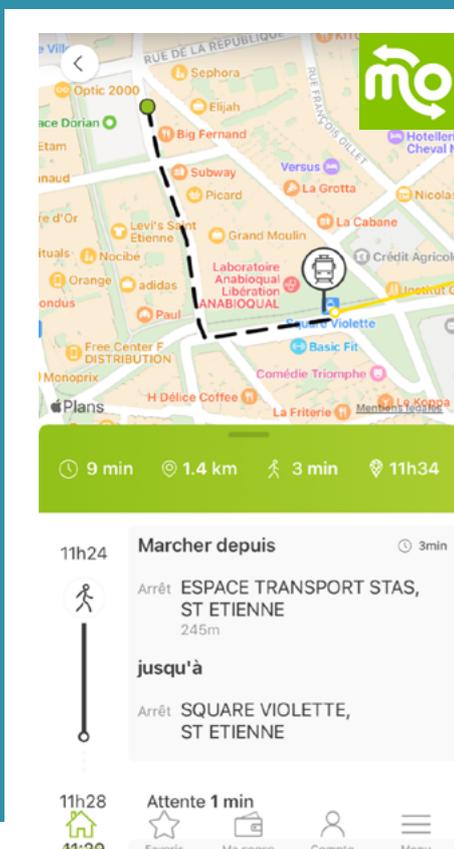
Nous sommes dotés d'expertises internes conférant à nos plus gros réseaux une force de frappe pour le développement de la **mobilité servicielle**.

Enfin, notre politique partenariale nous permet d'adapter notre **stratégie digitale** au contexte (dimensionnement, moyens information voyageur, choix de l'Autorité Organisatrice) de chacun de nos réseaux et de bénéficier des dernières technologies du marché : MaaS, interfaces clients des SAEIV légers (Système d'Aide à l'Exploitation et à l'Information Voyageur), gestion collaborative des situations perturbées, etc.

Réseau STAS, Métropole de Saint-Etienne

L'application Moovizy réunit tous les services utiles aux voyageurs : intégration à la fois du calculateur d'itinéraire multimodal et intermodal en temps réel sur les transports en commun, le vélo, la voiture, le train ou encore le covoiturage, le taxi, ainsi qu'une plateforme unique pour la réservation et le paiement.

Le réseau STAS de Saint-Etienne fut le premier MaaS opérationnel à l'échelle d'une métropole en France.





Réseau TaM, Métropole de Montpellier

Porté dans le cadre du LEMON®, Laboratoire d'expérimentation des mobilités, le projet Arrêt Terra a pour objectif d'améliorer l'expérience des passagers à l'arrêt pendant l'attente particulièrement en période de fortes chaleurs en procurant une sensation de fraîcheur.



NOTRE VISION ET NOTRE PROGRAMME

**FAIRE DE CHAQUE VOYAGE UNE EXPÉRIENCE MAÎTRISÉE ET
POSITIVE, GRÂCE À LA DIFFUSION DE LA JUSTE INFORMATION**



ARR'IV : faire de chaque voyage une expérience maîtrisée et positive, grâce à la diffusion de la juste information

Au travers de cette vision, nous défendons notre conception de l'information voyageur idéale (horizon 2027), et déployons le programme ARR'IV dans une logique d'amélioration continue

L'information voyageur Transdev est d'abord adaptée au besoin de chaque voyage :

- › Elle se décline pour tous les réseaux, et s'adapte aux capacités et aux besoins des territoires
- › Elle intègre tous les modes de déplacement, y compris les mobilités douces
- › Elle s'adresse à tous les clients, son contenu est universel cependant sa forme (canal, support) s'adapte grâce à une compréhension fine des attentes de chacun de nos voyageurs

L'information voyageur telle que nous la concevons permet de renforcer la maîtrise du parcours :

- › Le voyageur devient le maître de son temps, l'information lui est délivrée en temps réel, elle est fiable et synchronisée sur les différents canaux, y compris en cas d'aléas
- › Le voyageur maîtrise l'espace, car il accède à des informations spatiales en complément des informations temporelles : géolocalisation, guidage, information sur les autres mobilités disponibles autour de lui pour s'orienter en tout point du trajet
- › Le voyageur maîtrise ses choix, en sélectionnant ses canaux privilégiés et en accédant à une information contextualisée et personnalisée

Il s'agit de la juste information, indispensable à la maîtrise de son voyage :

- › C'est une information fiable, qui reflète la réalité, cohérente sur les différents canaux et transparente en particulier en cas d'aléas
- › Elle est épurée, limitée à l'essentiel, les messages sont hiérarchisés pour faciliter la compréhension et les choix de déplacement
- › Elle est bien perçue, la lisibilité, la clarté et la bonne compréhension des données diffusées sont garanties en toute situation

AUTONOMIE

L'**Autonomie** du voyageur renforcée
avec une application multimodale, simple
d'utilisation pour les voyageurs



Autonomie : Proposer aux voyageurs une information accessible en temps réel et géolocalisée depuis une application multimodale

Dans une perspective de **simplification** de l'usage des transports en commun, nous souhaitons permettre à tous nos voyageurs sur chaque réseau d'accéder à une information digitale **temps réel** et **intermodale**, depuis une **application** disponible.

En limitant l'information voyageur statique en format papier, nous relevons le défi de la **décarbonation** aux côtés de nos partenaires Autorités Organisatrices, et nous misons sur l'**instantanéité** en tant que levier de maîtrise du parcours.

Nous nous inscrivons dans le quotidien de nos voyageurs, en **apprenant de leurs habitudes** de voyage pour leur proposer différents itinéraires, en les informant de façon proactive des alternatives en transport en commun en cas de trafic routier dense, en intégrant une part croissante d'information voyageur **prédictive** sur l'application afin de lui permettre d'**anticiper** au mieux ses trajets.

Maîtres de leurs choix, nos voyageurs s'approprient l'application en **personnalisant** leurs attentes et l'information qu'ils reçoivent en conséquence.

RÉSOLUTION

La **Résolution** des situations perturbées, grâce à de nouveaux outils et de nouvelles pratiques

Résolution : Limiter l'impact de la situation perturbée, notre priorité

Avec une **centralisation** et **synchronisation** de la diffusion de l'information voyageur en **situation perturbée**, le développement de l'**anticipation** et du **prédictif**, l'enrichissement de l'information diffusée en cas de perturbation, nous **résorbons les impacts** des aléas pour nos voyageurs.

Des outils accompagnent le renforcement de nos **processus internes** permettant une diffusion proactive de **solutions alternatives** de voyage en cas d'aléas. Le développement des compétences Transdev en matière de **gestion de crise** (entraînements, simulations de crises) et la création de task forces présentes sur le terrain, aux côtés de nos voyageurs, complètent notre méthode.



ROBUSTESSE

Des engagements en faveur de la **Robustesse** du système, en développant les compétences, les standards et la culture client



Robustesse : S'engager sur la qualité et la performance de l'information voyageur Transdev

Nous mettons à disposition de nos réseaux un **outil de diagnostic** de l'information voyageur composé du **référentiel de standards** (client voyageur et opérateur), accompagné d'une grille d'évaluation afin de mesurer la **maturité** de l'information voyageur. Cet outil de diagnostic nous permet d'identifier les **points d'amélioration**, les **bonnes pratiques** et de déployer des **plans d'actions** adaptés.

Nous nous engageons à ce que **chacun de nos réseaux** conduise, un minimum d'un diagnostic information voyageur en cours de contrat.

Avec cette démarche, Transdev se dote d'une **vision globale** de la maturité des réseaux en matière d'information voyageur. Ce qui permet des sauts de performances **visibles** aux voyageurs par les différentes synergies du groupe comme le partage des best in class, le travail des champs d'améliorations communs aux réseaux...

Dans la perspective d'amélioration continue, Transdev s'engage, sur un **niveau de qualité de service directement mesurable** à cet effet des indicateurs de performance seront déployés et suivis dans le cadre de de notre politique marketing.

IMPACT

Un **Impact** augmenté de l'information voyageur, adaptée aux comportements et attentes de nos clients

Impact : Accorder l'information voyageur Transdev au service du client voyageur

L'information voyageur doit être **simple** et **adaptée** aux besoins **réels** de nos clients voyageurs afin de leur permettre une **lecture claire** de l'offre du réseau. Cela suppose une **connaissance** fine et une **écoute** de leurs attentes. Nous organisons sur l'ensemble de nos réseaux, en complémentarité des diagnostics de performance, des **études qualitatives** et **ateliers de travail** avec nos voyageurs.

Ces échanges permettent :

- › de recenser les points d'amélioration du réseau ;
- › de mesurer et de résorber les écarts entre la qualité **produite** (performance évaluée par l'opérateur) et la qualité **perçue** par l'utilisateur ;
- › de mieux comprendre leurs besoins et usages de l'information voyageur.

La normalisation, la hiérarchisation et la mise en valeur, des **messages diffusés**, l'amélioration de la **communication tarifaire** et des moyens de paiement, l'**intercanalité** et la garantie de **cohérence** des informations entre les canaux sont des axes de travail déjà recensés au travers de ces démarches.



VALORISATION

La **Valorisation** du territoire, de la multimodalité, et de nouveaux services améliorant l'expérience et l'accessibilité



Valorisation : Promouvoir l'offre & le territoire par l'information voyageur

L'information voyageur est un vecteur de communication primordial pour valoriser l'ensemble des **offres de mobilité du territoire**. Nous considérons en outre qu'une information voyageur complémentaire, orientée **confort** et **accessibilité** (affluence, accès PSH, accès poussettes) facilitera l'utilisation de nos réseaux par tous.

La **promotion** du territoire (point d'intérêt touristiques et culturels, services des collectivités, etc.), allant au-delà de son offre de transport, représente enfin un **levier d'attractivité** auprès de clients occasionnels.

A close-up photograph of a man with a warm smile, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt. He is wearing white earbuds and looking down at a black smartphone held in his hands. The background is a blurred airplane cabin with blue seats and orange overhead luggage bins.

Arr'iv 

***Faire de chaque voyage une expérience
maîtrisée et positive, grâce à la
diffusion de la juste information***

Transdev donne à chacun la liberté de se déplacer chaque jour grâce à des solutions fiables et innovantes au service du bien commun.

Transdev connecte et reconnecte les communautés entre elles et les territoires ruraux aux territoires urbains, en apportant des réponses adaptées aux besoins de ses clients et de ses passagers.

Nous partageons et nous agissons pour le collectif, afin de contribuer au bien-être de la société et de créer des opportunités et du progrès.

Nous nous préoccupons des personnes et de l'environnement, afin de parvenir à une mobilité fiable et durable.

Nous travaillons à rester pertinents, à toujours mieux comprendre les besoins et à anticiper la demande de nos clients et de nos passagers.

Nous sommes des femmes et des hommes au service des autres avec un métier : la mobilité.



TRANSDEV GROUP

3 allée de Grenelle
92442 Issy-les-Moulineaux cedex – France
Tél. : +33 (0)1 74 34 20 00

www.transdev.com