

# Quand numérique rime avec transport public

LÉLIA DE MATHAREL | LES SECRETS DES NOUVEAUX GÉANTS DU NUMÉRIQUE, NUMÉRIQUE, TRANSPORT |  
PUBLIÉ LE 26 OCTOBRE 2015 À 09H40

Stéphane Schultz est fondateur de [15marches](#), une agence de conseil en stratégie et innovation qui accompagne à la fois jeunes pousses et grands groupes. Pour les inspirer, il analyse les secrets des nouveaux géants du numérique qui changent les usages, modèles économiques, stratégies... Cette semaine il se penche sur l'utilisation du numérique dans les transports publics.



Quand numérique rime avec transport public

© DR

## A LIRE AUSSI

*Une fois n'est pas coutume, cet article présente les résultats d'une mission dont je suis à l'origine et que j'ai accompagnée en tant que consultant.*

Impossible aujourd'hui d'entrer dans un bus ou une rame de métro sans



**Ferons-nous confiance aux robots qui nous entourent ?**



**Le logiciel dévore Volkswagen**



**Pourquoi tu m'appelles usager alors que j'm'appelle client ?**

rencontrer de voyageurs fixant leur smartphone, tablette ou livre numérique. Mais que font-ils au juste ? Découvrez-le avec une étude sur les usages du numérique en mobilité réalisée en 2015 par l'un des géants du secteur des transports de voyageurs, Transdev.

Le transporteur a cherché à connaître l'usage réel des outils numériques en situation de déplacement, et leur influence sur le choix du mode de transport utilisé. Plus de 2500 personnes ont été interrogées dans plusieurs villes de France. Des dizaines d'entretiens en face à face ont été réalisés. Un panel a même accepté de tester des solutions numériques pour déterminer en quoi elles pouvaient influencer leurs comportements de déplacement. Vous trouverez une présentation des résultats de cette démarche, réalisée par l'agence d'études [Nova 7](#) et votre serviteur, ci-dessous. Chose rare, les résultats bruts de l'étude sont téléchargeables librement pour toutes celles et ceux qui souhaitent les analyser et les réutiliser (voir [ici](#)).

## POURQUOI FAIRE CETTE ÉTUDE ?

Il n'est pas si loin le temps où les commerçants se contentaient de vendre, les hôteliers d'héberger et les transporteurs de transporter. Mais ça c'était avant. Avant qu'[Amazon](#) vaille plus que Walmart, qu'Airbnb soit le premier "hôtelier" de la planète et que Blablacar menace le TGV.

Avant que la possession d'un smartphone ne [remplace](#) celle du permis de conduire comme passage à la liberté individuelle de nos chers adolescents. Avant que le nom d'une de ces sociétés, Uber, soit à l'origine du [concept](#) qui symbolise l'ampleur des changements en cours.

Plus aucun secteur ne semble à l'abri. Pas même le transport public, pourtant sur le papier assez éloigné de la mondialisation barbarisante et du logiciel dévorant.

## DE QUOI SE MÊLENT-ILS ?

Pourquoi un transporteur comme Transdev s'intéresse-t-il aux usages numériques ? Jusqu'à peu, le discours sur ces sujets était essentiellement porté par des "offreurs de solutions" comme Microsoft, [IBM](#), [Google](#) ou encore [Orange](#). Tapez simplement "smart city" dans votre barre de recherche et vous comprendrez. Or, les transporteurs n'ont pas d'IT à vendre. Leur métier est de vous transporter pour le compte des collectivités où vous vivez et travaillez. Dans notre approche, nous avons considéré que les transporteurs étaient légitimes sur ces sujets pour au moins deux raisons :

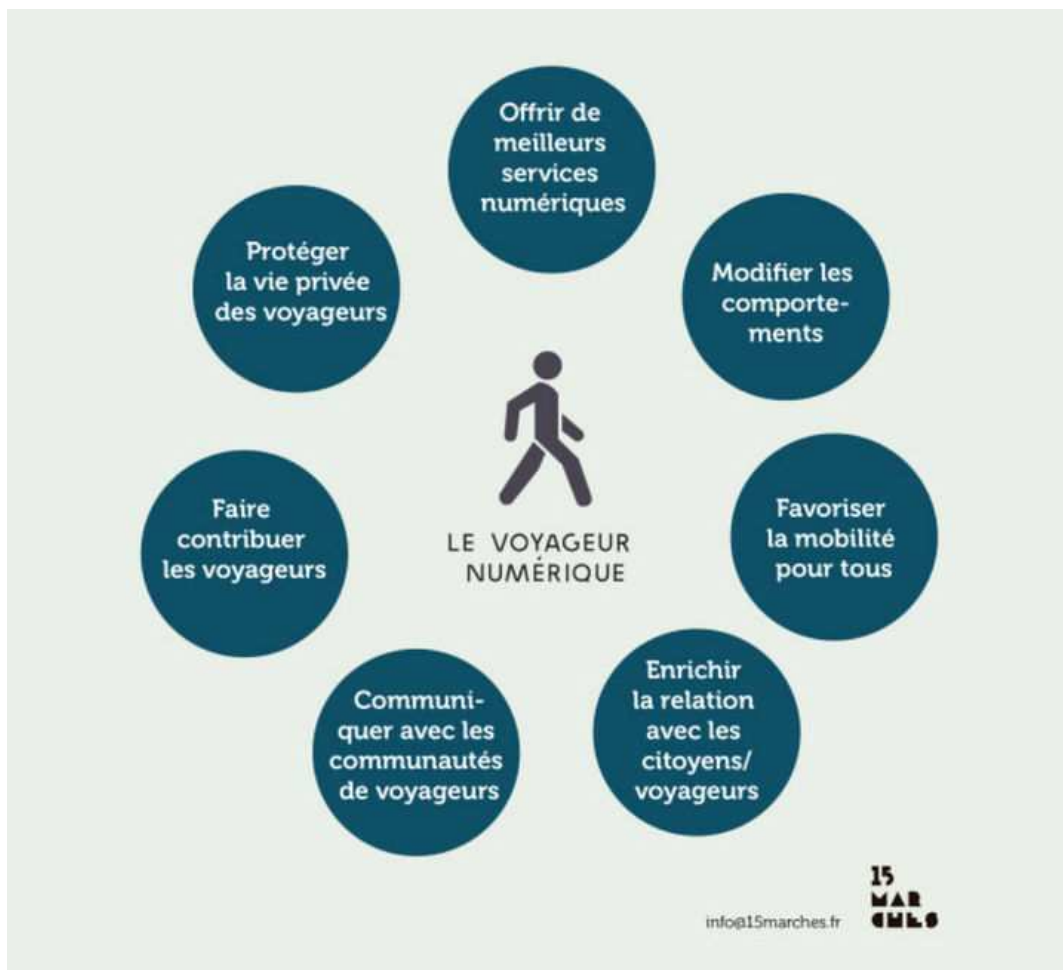
1/ pour être compétitifs, ils doivent fournir un service "de bout en bout" et non plus seulement d' "arrêt à arrêt" : ceci nécessite de vous informer, conseiller, vendre, rassurer, assister avec les outils que vous utilisez.

2/ les transporteurs portent une vision de service public respectueuse de valeurs fondamentales comme la vie privée, l'égalité et la protection de l'environnement. Au vu des questions de confiance et d'éthique que posent le numérique dans nos vies quotidiennes (lire [ici](#)), peu d'acteurs rassemblent les garanties fournies par les transporteurs. Leur implication jouera sans doute un rôle dans la diffusion de pratiques vertueuses dans ce domaine.

Nous avons ainsi avec Nova 7 listé les grandes questions posées par le numérique pour un secteur comme le transport public (vous remarquerez qu'elles se posent pour la plupart des services grand public).

En quoi le numérique peut-il permettre :

- d'offrir de meilleurs services à ses clients ?
- de modifier les comportements de consommation (par exemple pour privilégier les modes les moins polluants) ?
- de favoriser la mobilité pour tous (notamment en facilitant l'accès au service pour des populations les plus fragiles) ?
- d'enrichir la relation avec les citoyens/voyageurs ?
- de communiquer avec les communautés d'usagers ?
- de faire contribuer les voyageurs ?
- de protéger leur vie privée ?



L'étude présentée ci-dessous répond aux deux premières questions. Quels sont les services utilisés par

les voyageurs chez eux ou en mobilité, et quelles sont leurs attentes ? En quoi l'utilisation d'outils numériques peut-elle favoriser l'usage de certains modes de transport plutôt que d'autres ? En voici les principaux enseignements.

## **BATTRE EN BRÈCHE LES IDÉES REÇUES**

La première idée reçue était que le numérique serait un gadget de geeks alors que le transport public s'adresserait lui à des populations moins éveillées aux nouvelles technologies. L'étude contredit cette assumption en montrant qu'avec 70% de possesseurs de smartphones, les utilisateurs du transport public sont au contraire beaucoup mieux équipés que la moyenne française (46%). Et surtout, ils font un usage massif des solutions offertes pour se déplacer, se distraire, régler leurs problèmes et travailler.

La seconde idée reçue, dérivée de la première, est que tous les usages seraient identiques à l'intérieur d'une même catégorie. Les jeunes et les populations aisées seraient à l'aise avec les outils tandis que les vieux et les moins aisés seraient exclus du numérique. L'étude fournit au contraire d'abondants détails qui permettent de saisir la variété des comportements. Elle définit sept grands profils d'usage du numérique. Elle analyse et décrit les différents profils d'utilisateurs, d'usages et d'attitudes rencontrés.

Enfin, la dernière idée reçue est que le temps passé en transport public serait du temps perdu, alors que la voiture ferait elle gagner du temps (ne souriez pas, tout le monde n'est pas parisien). Là encore, les résultats de l'étude révèlent que les "voyageurs numériques" utilisent le temps passé dans les transports publics pour se distraire, se détendre, échanger avec des proches ou réaliser des tâches de la vie quotidienne. La voiture, jadis symbole de la liberté individuelle, devient à l'inverse le seul moment de la journée où l'on ne peut pas se connecter. Une "zone blanche" dans sa vie numérique. Bref, du temps perdu.

## **FAIRE RIMER NUMÉRIQUE AVEC TRANSPORT PUBLIC**

Le numérique apparaît par conséquent comme une opportunité unique pour le transport public dans la compétition qui l'oppose à la voiture solo. Encore faut-il que les transporteurs et collectivités organisatrices sachent la saisir en proposant une connectivité permanente, des solutions simples et attractives et surtout, une offre de transport abondante et de qualité. Beaucoup reste à faire, mais cette étude propose des pistes d'actions encourageantes et optimistes pour le futur des transports publics. Bonne lecture et, pour celles et ceux qui nous lisent en mobilité : bon voyage !



[Transdev Explorer - Les Voyageurs Numériques](#) from [Transdev](#)

*Les avis d'experts et points de vue sont publiés sous la responsabilité de leurs auteurs et n'engagent en rien la rédaction.*

*Cet article a été initialement publié sur le [blog de 15marches](#).*

**[Stéphane SCHULTZ](#) est fondateur de [15marches](#), agence de conseil en stratégie et innovation.**

**Suivez-le sur twitter [@15marches](#)**

LÉLIA DE MATHAREL