



À LA RENTRÉE, 4 NOUVELLES LIGNES

FAST

F6 F7 F8 F9

Comité de ligne F8 – Expérimentation

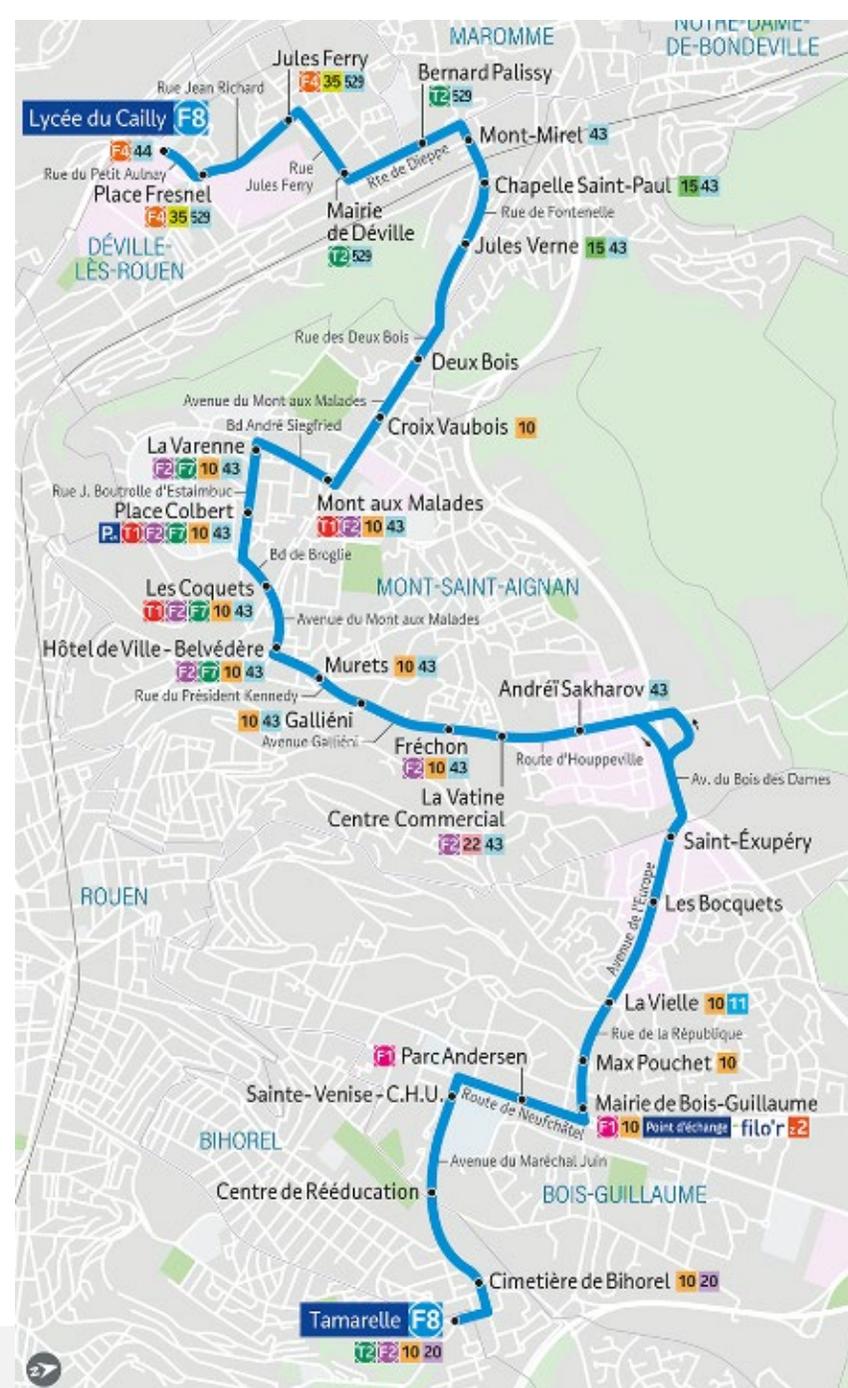
Amélioration de l'attractivité du réseau TC et stratégie de mobilisation des usagers

Service Organisation
des Réseaux



Démarche
participative

Présentation de la démarche



Actuellement :

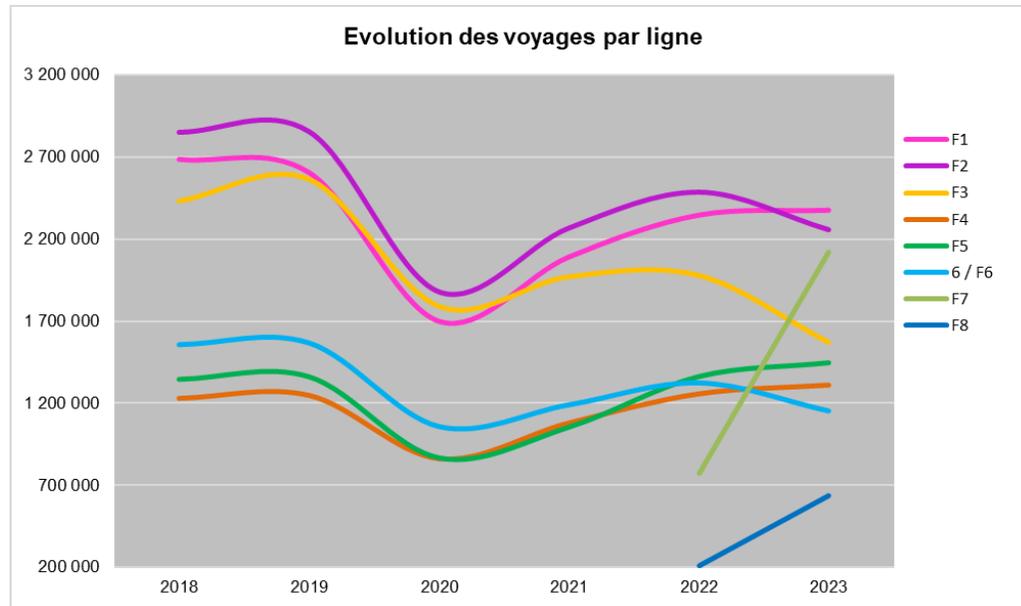
- Fréquence 10min en HP / 12min en HC
- Amplitude 6h- minuit

La ligne F8

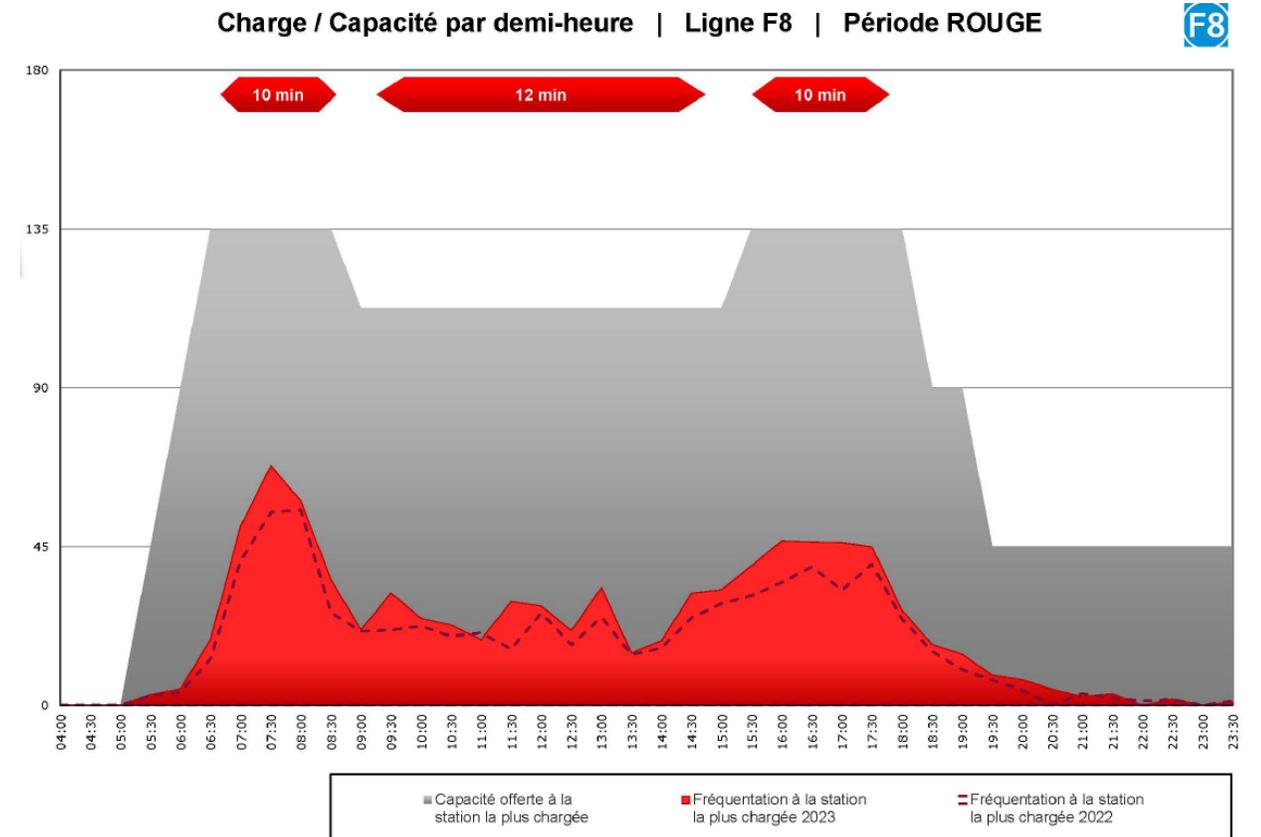
Attractivité du réseau

Une ligne qui a du mal à trouver son public

➤ Fréquentation par rapport aux autres FAST



➤ Charge par rapport à la capacité



Améliorer l'expérience usager dans les transports en commun

En créant un outil de remonter d'expérience et d'expertise des usagers qui souhaitent contribuer à cet enjeu

Augmenter la fréquentation des lignes

En promouvant l'usage des transports en commun sur le territoire, grâce à des outils adaptés (en comprenant les freins et les leviers) et conçus en collaboration avec l'ensemble des habitants (dont non usagers).



Enjeu prioritaire

Attractivité du réseau

3 axes de mobilisation autour d'un comité de ligne

- **L'information** : garantir une communication « descendante » efficace.
- **La consultation** : demander l'avis des usagers et des partenaires pour mieux comprendre leurs attentes (ex. au travers d'enquêtes)
- **La concertation** : échanger et débattre des idées, afin de faire ressortir des propositions d'actions et d'aider à la décision (ex. lors d'ateliers)

Pour augmenter l'adhésion des usagers, grâce à :

- une **meilleure compréhension** du réseau (pouvant paraître parfois très technique),
- l'**exemplarité** autour de la mobilité durable
- la possibilité de **devenir acteur de leur propre mobilité**, en prenant part de façon active (sur la base de volontariat) aux enjeux de mobilités du territoire.

Pourquoi expérimenter sur la ligne F8 ?

- La ligne FAST la **moins fréquentée**
- Son **caractère transversal** en fait une ligne relativement atypique, avec un fonctionnement méconnu
- **Comprendre le manque d'attrait** de la ligne et les besoins des usagers de cette ligne spécifique

Modalité du comité de ligne

Expérimentation ligne F8

Une **enquête auprès des usagers** de la ligne F8

Des **ateliers de contribution usagers** de la ligne

Restitution



**ENSEMBLE,
AMÉLIORONS NOS LIGNES DE BUS.**

Enquête en cours



Votre avis compte !

Aidez-nous à nous améliorer
en répondant à cette enquête

Je participe !



Résultats de l'enquête

Ce qu'il faut retenir de l'enquête usagers

L'enquête auprès des usagers a été réalisée du 10 au 18 novembre 2023. 1361 questionnaires ont pu être exploités.

Les usagers de la ligne F8 sont très jeunes en moyenne (65% de moins de 25 ans en semaine). 73% des usagers n'ont pas le permis. Le **trajet domicile – travail/études** est la principale raison de l'usage de la ligne F8.

La satisfaction : est globalement assez élevée sur cette ligne (plus de 80%) notamment sur la **sécurité, confort, rapidité et l'itinéraire**), les usagers suggèrent plusieurs pistes d'amélioration :

- Les **arrêts** est une des insatisfactions récurrentes
- Les **horaires** ne seraient pas adaptés aux **correspondances**
- La **fréquence**, plusieurs usagers souhaiteraient davantage de bus en soirée
- Les **retards** semblent fréquents

La communication : les résultats révèlent que 54% des usagers ont découvert l'existence de la ligne **par hasard ou par le bouche-à-oreille**. La communication écrite est particulièrement peu perçue (15% déclarent l'avoir vu).

Comment les usagers s'occupent pendant le transport : essentiellement sur leurs outils multimédias pendant leur trajet. Cela laisse à penser que **développer des outils de communication/ information/ pédagogiques** pour les smartphones pourraient être une piste.



Les ateliers

Thème 1 : Le parcours de la ligne F8

Thème 2 : La communication en question

A vos tables !

Pour aller plus loin : 2 nouveaux ateliers

Atelier #2

Visite sur site, dans un bus dédié

Atelier #3

Réunion bilan à un an pour informer des actions/modifications menées et évaluer la satisfaction sur la ligne





MERCI!