

Paris, 27 novembre 2024



SIX RÉSEAUX DE TRANSPORT RÉCOMPENSÉS POUR LEURS ACTIONS EN FAVEUR DE LA MOBILITÉ DURABLE

Hier soir, plus de 130 acteurs du transport public et de la mobilité étaient réunis, au LAHO Business center (Paris 12^e), pour la remise des prix des Challenges de la Rentrée du transport public 2024. Les lauréats ont été récompensés par Charles-Éric LEMAIGNEN, président du GIE Objectif transport public, Louis NÈGRE, président du Groupement des autorités responsables de transport (GART) et Florence SAUTEJEAU, déléguée générale de l'Union des Transports Publics et Ferroviaires (UTPF). La remise des prix était précédée d'une masterclass sur l'intelligence artificielle, animée par Flavien CHERVET, entrepreneur, écrivain, conférencier, artiste numérique et philo-poète expert de l'IA.



© Bruno MAZODIER - GIE Objectif transport public

Dans le prolongement de la Rentrée du transport public, le GIE Objectif transport public organise chaque année les Challenges de la Rentrée du transport public. Objectif ? Récompenser les meilleures campagnes de communication et initiatives de transport public menées par les autorités organisatrices et par les entreprises exploitantes de septembre 2023 à septembre 2024. Ces Challenges saluent les efforts fournis pour inciter les Français à choisir les transports publics plutôt que la voiture en solo, chaque fois que cela est possible.

Le jury, composé de l'ADEME, de l'Association nationale des communicants, de la Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports (FNAUT), de Mediatransports, du GART, du GIE Objectif transport public et de l'UTPF, a désigné les lauréats des meilleures campagnes de communication. Le GART et l'UTPF ont par ailleurs distingué les meilleures initiatives de transport public.

Catégorie « Changement de comportement »

- **Lauréat de la meilleure campagne de communication :**
SYTRAL Mobilités et Keolis Lyon pour la campagne « Bons gestes ».

Le réseau lyonnais est un réseau dense et multimodal (métro, tram, bus, funiculaire) et connaît par conséquent des incidents voire des accidents techniques dus aux incivilités et imprudences des voyageurs. La campagne vise à toucher une cible jeune (adolescents et jeunes adultes) via un concept qui fait partie de leur quotidien, qui les fait rire voire les challenge sur leur créativité et leur réactivité sur les réseaux sociaux. En ce sens, la campagne adopte un ton décalé et résolument tourné vers l'humour en utilisant les « mèmes ». Les « mèmes » sont des images issues de la pop culture dont la signification initiale est détournée pour communiquer un sentiment, une opinion, etc.

- **Lauréat de la meilleure initiative de transport public :**
Transdev Saint-Etienne et Saint-Etienne Métropole pour la campagne « Semaine de la validation ».

Du 30 septembre au 04 octobre 2024, Transdev Saint-Etienne et Saint-Etienne Métropole ont lancé deux initiatives pour lutter contre la fraude et sensibiliser les abonnés et les voyageurs occasionnels à la non-validation :

- Organisation de la « Semaine de la validation » sur le réseau STAS, avec le concept : 1 jour = 1 action pour inciter à la validation
- Lancement d'une nouvelle campagne de communication « Validation en chansons », à destination du grand public sur l'ensemble du réseau STAS.

Catégorie « Information sur le réseau et services aux voyageurs »

- **Lauréat de la meilleure campagne de communication :**
Le Syndicat Mixte Ile de La Réunion Mobilités pour la campagne « Application MaaS "Ile de La Réunion Mobilités" ».

Inaugurée le 12 septembre 2024, l'application MaaS "Île de La Réunion Mobilités" est un outil numérique permettant aux utilisateurs de smartphones de planifier et de gérer leurs déplacements avec les services de transport et de mobilité proposés par les différents opérateurs du territoire. Celle-ci intègre les réseaux de transport en commun, les vélos et trottinettes, le covoiturage, sans oublier la marche. L'application permet de répondre de manière pratique à une question très simple : comment se rendre d'un point A à un point B en disposant le plus facilement possible de tous les modes de transport à proximité ? La campagne a pour objectif de promouvoir l'utilisation de l'application.

- **Lauréat de la meilleure initiative de transport public :**
Transilien – Direction d'Exploitation – Information Voyageurs pour la campagne « L'Information Voyageurs Transilien des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ».

Comment se déplacer facilement dans une grande capitale, organisatrice des Jeux Olympiques et Paralympiques, qui a souhaité privilégier les transports en commun pour transporter les spectateurs vers les sites Olympiques sans pour autant négliger les voyageurs habituels ? Le programme « Information Voyageurs de Transilien pour les Jeux de Paris 2024 » a répondu à ce défi pendant cette période exceptionnelle au cours de laquelle des millions de voyageurs du monde entier ont été accueillis et ont transité sur les lignes franciliennes :

- Orienter les visiteurs vers les sites Paris 2024, tout en continuant à informer les voyageurs du quotidien
- Assurer une information voyageurs trilingue (français, anglais et espagnol), multicanale et en temps réel, tout en tenant compte des éventuelles Situations Perturbées Inopinées (SPI)

- Mesurer et mieux communiquer l'affluence en gare et à bord pour optimiser la gestion des flux et, globalement, l'expérience de voyage dans une optique de confort et de fluidité.

Catégorie « Incitation à l'usage des transports publics »

→ Lauréat de la meilleure campagne de communication :

Keolis Bassin de Thau et Sète Agglopôle Méditerranée pour la campagne « Tout l'été je bouge en bus, Je respire ! ».

Cette campagne de communication estivale vise à inciter les visiteurs/touristes, mais aussi les résidents du territoire, à utiliser le réseau de bus Sète Agglopôle Mobilité lors de leurs déplacements loisirs, plutôt que la voiture individuelle. En effet, la population de Sète Agglopôle Méditerranée est multipliée par deux en juillet et en août, décuplant les problématiques de circulation et de stationnement déjà présentes toute l'année. La campagne valorise les destinations touristiques du territoire accessibles en bus.

→ Lauréat de la meilleure initiative de transport public :

La Roche-sur-Yon Agglomération et RATP Dev pour la campagne « Faciliter l'intermodalité avec les "mini-pôles de mobilité" du réseau Impulsyon ».

Avec le lancement du nouveau réseau de mobilité 2024, le réseau Impulsyon propose, en complément du bus, des solutions de mobilité intégrées directement dans son offre globale et accessibles à partir de son application. Pour offrir ces nouvelles solutions à un large public et les promouvoir, il a été décidé de créer des « mini-pôles » d'intermodalité déployés autour de 30 arrêts de bus et matérialisés conjointement avec les abris/poteaux du réseau de bus et les stations de remisage des vélos en libre-service et des trottinettes en libre-service, qui adoptent l'image du réseau Impulsyon.

Les visuels des campagnes de communication et des initiatives de transport public des lauréats 2024 sont visibles sur le site : www.rentreedutransportpublic.fr.

Du 16 au 22 septembre 2024, la 18^e Rentrée du transport public a fédéré 135 réseaux de transport, avec pour objectif de faire découvrir ou redécouvrir au grand public les transports publics de proximité et faire changer les comportements de mobilité. Cet événement était organisé par le GIE Objectif transport public, créé par le GART et l'UTPF.

Contacts presse :

Martin KOLLE
06 89 70 17 51
martin.kolle@lobbycom.fr

Nathalie CARDEILHAC
06 63 08 41 30
n.cardeilhac@orange.fr