Participation à la démarche Prospective Transport Public. La nuit comme opportunité de développement pour le TER

Caroline Alverola

▶ **To cite this version:**

Caroline Alverola. Participation à la démarche Prospective Transport Public. La nuit comme opportunité de développement pour le TER. Gestion et management. 2006. dumas-00732448

HAL Id: dumas-00732448

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00732448

Submitted on 14 Sep 2012

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Caroline ALVEROLA

Stage réalisé à la Direction du Transport Public de la SNCF
Avril 2006 – Septembre 2006

Participation à la démarche Prospective Transport Public

La nuit comme opportunité de développement pour le TER

Master Transports Urbains et Régionaux de Personnes

Université Lumière Lyon II
Ecole Nationale des Travaux Publics de l'Etat

Responsable de stage : Maxime LEGRAND (SNCF DTP)
Responsable du jury : Patrick BONNEL (LET)

Septembre 2006

Remerciements

A la Direction du Transport Public de la SNCF, je remercie toutes les personnes qui m□ont accordé du temps et particulièrement Monsieur Maxime Legrand, responsable du pôle marché dessertes pour m□avoir guidée et conseillée tout au long de mon stage.

Je remercie aussi Monsieur Laurent Fréhaut pour ses conseils et sa disponibilité ainsi que Mesdames Sylvie Bourgeois et Françoise Tournassoud de m□avoir accueilli au sein du Département Marketing.

Je souhaite également remercier sincèrement l□ensemble du Département Marketing, pour leur accueil et leur sympathie tout au long de ces 6 mois de stage.

Enfin, je remercie Messieurs Bruno Faivre d□Arcier et Patrick Bonnel, responsables du Master TURP, pour la qualité de la formation reçue et leur disponibilité toute au long de cette année.

Sommaire

Remerciements 2
Sommaire 3
Avant ☐Propos 4

Partie I ☐Eléments de cadrage 5
1. Différentes Activités et compétences de la SNCF 5
2. Présentation de la Direction du Transport Public.....7
3. Contexte de la démarche Transport Public à 10 ans 14
4. La nuit comme opportunité de développement pour le transport régional 19

Partie II ☐Le territoire de la nuit urbaine, un espace temps en émergence 21
1. La nuit nouveau territoire et enjeu de développement urbain.....21
2. Les différents usages de la nuit et limites..... 26
3. Besoins et nouveaux services de mobilité urbaine de la ville la nuit 31

Partie III ☐Lancement d☐une étude sur le marché de la nuit dans une agglomération moyenne, Nancy 40
1. Partenariat Agence Sherpaa 41
2. Etude Qualitative : ressenti, vécu et perspectives des mobilités nocturnes dans une agglomération moyenne Nancy 44

Résultats et Conclusions 55
Table des illustrations 56
Annexes 57
Glossaire 62
Bibliographie 63
Table des matières 65

Avant Propos

Dans le cadre de mon Master Transports Urbains et Régionaux de personnes codirigé par l'université Lumière Lyon II et l'Ecole Nationale des Travaux Publics de l'Etat, j'ai réalisé mon stage de fin d'étude au sein de la Direction du Transport Public de la SNCF, unité qui soutient et pilote l'ensemble des 20 Activités TER.

J'ai été accueilli au sein du département marketing, qui rassemble les entités correspondant à chaque élément du mix marketing, et plus précisément dans le pôle Marché Dessertes dépendant de la division Marché et Clientèle, entité du département Marketing lui-même dirigé par Madame Sylvie Bourgeois.

Ayant réalisé mon mémoire de maîtrise d'aménagement du territoire sur les conséquences de l'évolution de la mobilité en Ile-de-France et sa conséquence sur l'organisation des transports, j'ai été très intéressée par la mission de stage qui m'était proposée, à savoir l'approfondissement de la première phase de la démarche Transport Public à 10 ans. Transport Public à 10 ans est une étude prospective, qui analyse les tendances actuelles de la société pour en déduire les évolutions des cadres sociétaux, politiques, territoriaux et économiques qui pourront avoir un impact sur le transport régional à long terme. La première phase exploratoire déjà menée ma mission a principalement été de dégager des grandes évolutions de la société, un thème d'étude à prendre en compte à long terme, pouvant aboutir sur un véritable projet de transport régional à concrétiser.

Ce rapport présente ma mission de stage qui s'est déroulé sur six mois, d'avril à septembre 2006. Il reprend les éléments de cadrage nécessaires au contexte de l'étude menée, une présentation des enjeux de la nuit pour le transport régional, sujet de recherche qui m'a été confié, ainsi que la méthodologie d'approche utilisée, notamment par la réalisation d'une étude qualitative.
Les résultats finaux de l'étude ne sont pas mentionnés dans le rapport, du fait des délais internes à l'entreprise et de ceux du Master TURP. La première phase de l'étude, dont j'ai été chargé, sera terminée pour la fin septembre 2006, date de la fin de mon stage.

Partie I – Eléments de cadrage

1. Différentes Activités et compétences de la SNCF

1.1 Les différentes activités et leur poids dans l'entreprise

La SNCF est un Etablissement Public Industriel et Commercial (EPIC) régi par la Loi d'Orientation des Transports Intérieurs (LOTI). La SNCF est dotée de l'autonomie de gestion, un cahier des charges, approuvé par décret, fixant ses droites et obligations. C'est par application de ce document que sont notamment décidés les différents concours financiers de l'Etat à l'entreprise (contribution aux charges sociales, compensation des tarification sociales, etc.). Le cahier des charges fixe également les règles qui décident de l'élaboration des tarifs tant côté voyageurs que côté fret.

En tant qu'entreprise publique, la SNCF est soumise au contrôle de la Cour des Comptes. L'Etat a de ce fait organisé un contrôle économique et financier a priori, qui est exercé par la Mission de contrôle économique et financier des chemins de fer, organe permanent, installé au siège de l'entreprise. Elle a pour mission de formuler un avis sur toutes les questions soumises au Conseil d'administration ainsi que sur toutes questions et tous projets de décision ayant un impact sur l'équilibre financier de la SNCF.

La SNCF est composée de 4 branches, regroupant les grandes activités de l'entreprise :

La Branche Voyages France Europe (VFE) :
Elle regroupe les activités TGV, Corail et les différentes alliances européennes (Eurostar, Thalys, Lyria…) ainsi que leurs fonctions administratives et de systèmes d'information.
VFE représente 27% du chiffre d'affaire 2005, toutes ses activités sont positives mis à part Corail et doit faire face à ses investissements de masse comme la ligne à grande vitesse du TGV Est européen.

La Branche Transport Public :
Elle regroupe les activités TER, Transilien, Corail Intercités et les Chemins de Fer de la Corse, plus les filiales Kéolis et Effia. Transport Public dégage 24% du chiffre d'affaire en 2005 et est en hausse grâce à l'essor du TER (+6.1% de trafic +7.9% de recettes par rapport à 2004) et aux investissements fournis par les 20 régions TER en termes de dessertes, tarification et qualité de l'offre. Transport Public rassemble toutes les activités du groupe donnant lieu à la signature d'un contrat d'exploitation des services de transport public entre l'Autorité Organisatrice et la SNCF.

La Branche Fret :
Le Fret réunit toutes les activités du transport ferroviaire de marchandises ainsi que le transport routier et combiné de bout en bout et les services logistiques associés. Il représente 30% du chiffre d'affaire 2005 de l'entreprise, en recul depuis 2004, du fait de la baisse du trafic.

La Branche Infrastructure :
L'Infra rassemble la maintenance, la maîtrise d'ouvrage, l'ingénierie et la circulation des trains avec un chiffre d'affaire pour 2005 représentant 19% du chiffre total. La construction de la LGV Est lui est favorable mais la maintenance du réseau reste déficitaire.

Tableau 1 : Chiffre d'affaire et résultats courant 2005 par branche d'activité

Branche	Chiffre d'affaire 2005	Résultat courant 2005
VFE	5.9 milliards €	+ 645 millions €
Transport Public	5.5 milliards €	- 17 millions €
Fret	6.7 milliards €	- 145 millions €
Maintenance	4.3 milliards €	- 46 millions €

Source : rapport d'activité 2005, intranet SNCF

1.2 Le domaine de compétence de la SNCF

La régionalisation des services ferroviaires régionaux de voyageurs est entrée en vigueur le 1er janvier 2002. Les principes de ce transfert de compétences de l'Etat vers les collectivités territoriales ont été définis par la loi « Solidarité et Renouvellement Urbains », loi SRU, du 13 décembre 2000. Cette loi fait des régions de véritables autorités organisatrices des transports régionaux de personnes.
Carte 1: Les 20 Activités TER SNCF, 2006

Source : Intranet DTP

La Région définit et finance l'offre de service Transports Express Régionaux dans le contrat d'exploitation, en termes de :

- volume de production (trains kilomètres, composition des trains…),
- desserte du territoire régional (points d'arrêts, horaires de passage etc.),
- de qualité de service, de qualité à bord et de services associés.

La SNCF conseille la Région sur le contenu du service et ses évolutions, en intégrant ses contraintes internes, d'exploitation et de sécurité.
Le risque industriel est supporté par la SNCF. Elle produit le service commandé par la Région en supportant le risque sur les charges d'exploitation dont elle a la maîtrise. Ces charges sont forfaitisées et indexée annuellement. Par contre, les charges d'exploitation dont la SNCF n'a pas la maîtrise, comme les péages RFF, ainsi que les prestations commandées ponctuellement par la Région sont payés au réel.
Le risque commercial est partagé entre les deux partenaires qui ont chacun une responsabilité :

- en tant qu'autorité organisatrice, la Région est responsable de la bonne coordination entre les différents transports publics
- en tant qu'exploitant, la SNCF se doit d'être force d'action commerciale et de conduire une politique de qualité de haut niveau.

2. Présentation de la Direction du Transport Public

Les 20 Activités TER de la SNCF dépendent de la Direction du Transport Public. Cette nouvelle direction a été crée en octobre 2003 et remplace la DTRL, Direction du Transport Régional et Local. Elle traduit, par sa dénomination, la volonté du groupe SNCF d'être un acteur majeur dans le transport public en France et par la suite, en Europe.

La DTP assure l'animation, le soutien, le suivi et le pilotage des projets, tant au plan stratégique qu'économique des directions régionales d'Activité TER. Chargée du développement des services et produits TER, elle est garante de l'équilibre économique de l'ensemble des activités régionales.

La branche Transport Public rassemble l'activité **Transilien** (trains Ile de France), les **Activités TER** réparties en 20 régions, les **Chemins de Fer Corse** et l'activité **Corail InterCités**. Les groupes Kéolis et Effia y sont rattachés pour leur pilotage stratégique. Ces différentes activités regroupées au sein de la DTP ont pour mission commune la mise en œuvre du service public de transport décidé par les collectivités locales.

La DTP comprend 2 sous directions, la Direction Stratégie et Finances et la Direction Industrielle et Commerciale.

Les fonctions Marketing sont regroupées au sein du département Marketing qui comprend 3 divisions, **Information Clientèle**, **Animation Commerciale** et **Marché Clientèle**.
Cette dernière comprend elle-même 3 pôles :

- le pôle Tarification,
- le pôle Distribution
- le Pôle Marché Dessertes

1.1 Le département Marketing

Ce département a en charge des missions de conseil et d'expertise auprès des Activités TER, ainsi que de pilotage de projets et de centralisation des informations issues des Activités TER. Actuellement ces missions concernent uniquement le TER et les Chemins de fer Corse, les Activités Transilien et Corail IC étant gérés de manière indépendante à l'intérieur de la DTP.
Les missions du département Marketing auprès des Activités TER se déclinent en 3 axes :

Tableau 2 : Rôle et missions du département Marketing au sein de la DTP

APPUI STRATEGIQUE	- Etre à l'écoute du marché et des AO - Développer les recettes des 20 Activités TER - Assurer une veille et rechercher l'innovation dans les services - Définir les grandes orientations nationales - Favoriser l'émergence d'une synergie de groupe
APPUI METHODOLOGIQUE	- Apporter une expertise (diagnostics, évaluation des coûts…) - Proposer des méthodes et des outils - Assurer le suivi des mesures de performance (recettes…) - Etre le porte parole des Activités, notamment vis-à-vis de VFE
DEVELOPPEMENT DU RESEAU	- Mutualiser les compétences, les expériences et les moyens - Niveler par le haut - Animer le réseau - Bâtir ensemble un discours cohérent

1.2 Le Pôle Marché Dessertes

Les axes d'expertise du pôle Marché Dessertes recouvrent les problématiques de marché en termes de connaissance de la clientèle, de desserte (marchés géographiques) et de recettes (marchés de clientèle). Ses fonctions actuelles s'intègrent dans le cadre de la régionalisation et de la politique de développement du chiffre d'affaire des Activités TER.
Ses missions sont donc principalement orientées Marketing études.

Connaissance clientèle :
L'objectif est d'assurer une connaissance fine des marchés pour une adaptation de l'offre au plus près des attentes clients et de leurs évolutions. Ceci passe par la mise à disposition d'outils méthodologiques complets et par le partage des connaissances avec le réseau TER.
Cette mission regroupe :

- La réalisation d'études de marché à bord des trains (enquêtes photos),
- Des études ad hoc pour comprendre les phénomènes observés sur le trafic (analyse de l'impact des prix des carburants et des variables conjoncturelles sur la trafic TER),
- L'assistance à la réalisation d'études de potentiel ou de prévision de trafic pour les Activités,
- Des études prospectives que l'avenir du Transport Public,
- La création d'outil d'aide à la décision : études de marché, modélisation de prévision de trafic, outil de valorisation des comptages à bord des trains (cartographie, serpents de charge etc.),
- L'analyse de la clientèle par marché : périurbain, intervilles, maillage…

Expertise desserte :
L'objectif est de valider et d'assister les projets de recomposition des axes TER, en soutien aux Activités.
Cette mission regroupe :

- la validation des recettes prévisionnelles des dessertes prévues,
- l'expertise aux régions pour les hypothèses d'élasticités du marché à l'offre,
- l'expertise desserte sur les gros projets nationaux (recomposition du grand bassin parisien, CDG Express, impact du TGV Est…).

Suivi commercial des recettes :
L'objectif est d'éclairer les résultats locaux par des analyses transverses.
Cette mission regroupe :

- le reporting des résultats mensuels de la Branche,
- l'analyse des résultats et la mise en lumière des facteurs d'évolution du trafic endogènes et exogènes,
- la communication interne et externe des résultats,

- l'analyse ponctuelle et ciblée sur un tarif, une région, un exploitant de transport, pour comprendre les effets de nos actions sur l'offre, notamment tarifaire.

1.3 Trafic et recettes TER en forte hausse depuis 2003

Le trafic TER se développe fortement depuis 2004 avec des taux de croissance très élevés, poursuivis jusqu'à présent.
A fin juin 2006, l'évolution en cumul par rapport à fin juin 2005 est à +8.8% en trafic et +9.9% en recettes et l'évolution 2005/2005 est à +6.1% en trafic et +7.9% en recettes[1].
La croissance TER est ainsi très forte surtout si on la compare aux évolutions de trafic Transilien, RATP ou autres exploitants urbains. En effet en termes d'évolution de trafic 2005/2004, Transilien est à +3.5%, la RATP à +1.3% et l'ensemble des exploitants urbains hors Ile-de-France (106 transporteurs) à une progression nulle par rapport à 2004.

La croissance TER n'est pourtant pas la même en fonction des Activités même si son trafic croît de façon tendanciellement linéaire de +6% par an. Les régions évoluent de façon différente : à fin 2005, la trafic en Auvergne ne croît que de 1.2%, celui de la Picardie de 0.9% pour des croissances de +11.5% en Pays de la Loire ou encore +11.1% en Rhône Alpes. La croissance du trafic TER n'est donc pas uniforme sur l'ensemble du domaine TER, ce qui montre que les injections d'offre, les refontes de desserte et les tarifications associées ont leur rôle dans la tendance positive du transport régional.

Tableau 3 : Bilan des lignes régionales en chiffre d'affaire et trafic de 1996 à 2004

Année	Trafic (milliers vk)	Evo N/N-1 (en %)
1996	7 251 950	
1997	7 536 389	3,92%
1998	7 632 063	1,27%
1999	8 005 564	4,89%
2000	8 534 793	6,61%
2001	8 843 211	3,61%
2002	9 144 993	3,41%
2003	9 147 082	0,02%
2004	9 646 329	5,46%
2005	10 234 498	6,1%
Fin juillet 2006	*6 366 903*	*8,8%*

Source : Pôle marché dessertes, DTP SNCF, 2006

Tableau 4 : Bilan et évolutions des recettes TER de 1996 à 2004

[1] Source : Résultats trafic et recettes Domaine TER, Aristote, DTP SNCF

Année	Recettes y compris compensations (en K HT)	Evolution N/N-1 (en %)
1996	596 847	
1997	623 065	4,39%
1998	626 205	0,50%
1999	658 642	5,18%
2000	698 802	6,10%
2001	736 034	5,33%
2002	816 892	11,00%
2003	834 623	2,17%
2004	897 799	7,57%
2005	968 448	7,9%
Fin juillet 2006	603 478	9,8%

Source : Pôle marché dessertes, DTP SNCF, 2006

Différents facteurs expliquent ces tendances de fortes progressions. Tout d'abord la régionalisation a eu un effet porteur sur le TER. A partir de 1997, 6 régions tests ont été décentralisées et conventionnées avec pour Autorité Organisatrice le Conseil Régional. Elles ont bénéficié d'une croissance anticipée, la contractualisation du service TER ayant poussé les Conseils Régionaux à l'investissement.

A partir de 2003, la totalité des régions sont sous conventions avec leurs CR. De 2003 à 2004 on en a observé les effets positifs par rapport au trafic et aux recettes, notamment grâce aux investissements et aux nouvelles injections d'offre, à la refonte de leur réseau TER, périurbains (Toulouse) et intercités (Bretagne, Alsace), à l'injection de nouveaux matériels, plus rapides et confortables et aux prémices des tarifications régionales plus avantageuses pour le client. 2005 a pleinement bénéficié de l'effet tarifaire, avec une politique de volume multipliant les tarifications régionales attractives à destination de la clientèle pendulaires et privé loisirs (carte Coup Double en Rhône Alpes, Modalis à Bordeaux).
Les résultats 2006 sont portés par de nouvelles modifications de desserte ciblées (renforcement vers un cadencement sur la ligne Bordeaux Arcachon, cadencement ou presque sur Lyon St Etienne et Lyon Grenoble, renforcement des services sur l'axe fort Nancy Metz Luxembourg ou refonte optimisée de la desserte Saône Doubs), le tout lié à des prix attractifs et à une plus grande lisibilité de l'offre TER.

De plus, la SNCF s'est lancé dans une nouvelle politique plus proche et à l'écoute des besoins des clients, avec un travail et des efforts portés sur l'information voyageurs et le développement de la relation client, notamment avec la mise en place des Centres de Relations Clients (CRC : gestion de la relation client par l'utilisation de l'ensemble des canaux possibles, information en termes de régularité, tarifs, perturbations, campagnes de mailing etc.).

Ces différentes actions n'ont pas de réel effet de fond sur le choix modal des clients mais ont permis de fidéliser la clientèle et d'améliorer sensiblement l'image du transport public SNCF.

A côté de cela, des actions ont été mises en place au niveau du fonctionnement pur des trains, en termes de qualité (régularité, propreté, sécurité, accueil) notamment grâce à l'arrivée de nouveaux matériels et à un remaniement de fond de la Production (roulements…) pour une optimisation du trafic et un meilleur rendement de l'utilisation du matériel afin de diminuer les coûts induits.
On peut rajouter la vaste campagne de communication télévisée lancé l'an dernier autour du TER et qui sera relancée pour cet hiver 2006.

Ainsi, on peut expliquer une partie de l'augmentation du trafic et des recettes TER par une amélioration sensible du service proposé, avec une offre facilement compréhensible, dimensionnée, attractive et avec un standard de confort limitant la rupture avec l'automobile.

Les effets conjoncturels participent clairement à l'évolution du trafic TER mais ils sont difficilement quantifiables.
Il apparaît tout de même que tant dans l'esprit collectif que dans les politiques, le train n'apparaît plus comme une solution de repli, uniquement pour les personnes n'ayant pas le choix.

Ces 25 dernières années ont vu la mobilité augmenter avec l'essor de la motorisation des ménages et une société favorisant depuis les années 50 le « tout automobile ». Selon des prévisions issues d'une étude du ministère de l'équipement, des transports et du logement[2], ces 25 prochaines années verront la mobilité se poursuivrent à un rythme semblable mais avec une nette réduction du dynamisme de la VP et une accélération de l'attractivité des transports collectifs pour atteindre, selon les prévisions les plus optimistes un captage de la clientèle partagé à 50/50 entre la route et le transport public.

De plus, tous les facteurs sont au vert pour le transport public. La congestion automobile gagne aujourd'hui toutes les agglomérations françaises ce qui permet au transport public de se positionner face à la VP, si tant est que son offre est adaptée et pertinente face aux besoins de la clientèle.
Les variables exogènes au trafic sont toutes favorables à une hausse du trafic TER. Le PIB, l'emploi, qui crée de la mobilité et le prix du carburant sont trois variables qui ont été identifiées comme très corrélées au trafic des transports collectifs. Une étude allemande a chiffré l'impact de la hausse des prix du carburant sur le trafic ferroviaire régional à 0.07, soit un impact faible. Le carburant peut être un facteur positif pour le transport régional mais son prix est très variable même si la tendance est à la hausse (le prix du baril juillet 2006 est le même qu'en septembre 2005. Ces variations ne suffisent pas pour faire radicalement changer l'habitude modale de l'automobiliste.

[2] Ministère de l'équipement, des transports et du logement, DAEI – SES, « La demande de transport en 2025 », octobre 2004

Sur le plus long terme, de 5 à 10 ans, la hausse des carburants modifie le coût généralisé des différents modes. Les élasticités peuvent atteindre 0.12 sur 10 ans. A court terme, les chocs médiatiques peuvent favoriser un intérêt plus fort pour les solutions alternatives à la voiture.

D'après une étude TNS Sofres[3] de mai 2006, les automobilistes interrogés déclarent qu'ils se poseront la question d'un report modal sur le fer pour leurs déplacements domicile - travail à partir du moment ou le litre de SP atteindra les 2€. Bien entendu les fluctuations du prix du carburant ont plus d'influence sur le choix modal en régional qu'en urbain, à cela, deux raisons, le panier moyen par ménage et les distances parcourues, plus longues en régional.

S'ajoutent aussi, sans pour autant avoir un effet direct sur les parts de marché du transport public, les politiques des pouvoirs publics visant à restreindre l'utilisation de la VP en ville, avec un accès limité au cœur des villes (zones piétonnes ou zones 30), une restriction du stationnement ou une forte tarification associée, des aménagements visant à favoriser la circulation des transports collectifs et gagnant de l'espace sur la voirie au détriment des voitures (TCSP, voies cyclistes), des contrôles de vitesse qui se renforcent etc. On assiste aussi aujourd'hui à une prise en compte dans la conscience collective des enjeux environnementaux et des principes de développement durable, en faveur du transport public.

De plus les indicateurs ne sont pas si mauvais, avec un pouvoir d'achat des français qui n'est pas perdu et une consommation des ménages à la hausse.
Tous ces éléments créent un terrain favorable pour le trafic TER et servent d'accélérateur à la valorisation du TER, sans pour autant en être les seules raisons de son augmentation.

Si la croissance du trafic TER est aussi impressionnante c'est aussi que ses parts de marché sont très faibles donc peuvent augmenter très rapidement. En effet, le trafic fer dans l'ensemble du trafic régional tous modes représente seulement 1.6% des parts de marché. Par contre, toujours à l'échelle régionale, entre deux villes ayant chacune une gare, le fer atteint 8%[4] des parts de marché.

Il ne faut cependant pas perdre de vue le choix du client qui prend en compte de nombreuses variables. Beaucoup de facteurs entrent en compte dans la démarche de choix modal d'un client. Ce choix suit un raisonnement complexe d'optimisation du coût généralisé du déplacement. Chaque mode a un coût définit par l'individu en fonction de critères généraux (temps de parcours, tarification, fréquences des trains, congestion automobile…) et de critères qui lui sont propres et que l'on ne peut pas prévoir (liberté, décontraction, stress, ressenti personnel sur tel ou tel mode).
Le TER connaît donc un succès basé surtout sur la qualité de son offre et non sur des facteurs externes aux déplacements. Les modifications d'offre, sur tous les éléments marketing et matériel, créent une hausse de l'attractivité qui permet la conquête de parts de marché face à la voiture.

[3] Sondage TNS Sofres réalisé pour le compte du GIE Objectif Transport Public, mai 2006
[4] Source : enquête Mobilité Régionale 2001/2002 Effia MTI/SNCF

A l'avenir, la forte croissance du trafic TER ne va pas être éternelle et devrait se stabiliser progressivement. Se pose alors aujourd'hui la question de la manière de gérer ses évolutions notamment face au renouvellement des conventions. Il faut pouvoir prévoir une décélération de la croissance sans pour autant minimiser le succès du TER.

3. Contexte de la démarche Transport Public à 10 ans

2.1 Présentation de TP à 10 ans

Dans le cadre de TP à 10 ans, la DTP a fait appel à Effia MTI pour dresser un bilan, sorte d'état des lieux, des enjeux d'aujourd'hui, qui auront un impact sur l'avenir du transport régional autour de 4 axes majeurs d'approche, la société, le territoire, le cadre institutionnel et politique ainsi que celui du réseau.

Ce premier bilan dresse sous la forme d'une trentaine de fiches thématiques plus ou moins complexes l'état des lieux des marchés de déplacements, des dynamiques et mobilités urbaines et mutations comportementales, des facteurs de choix modaux, de la répartition des compétences en matière de transport public, des leviers institutionnels pouvant avoir un impact sur le transport régional, ainsi que des mutations et des changements, à la fois internes à la SNCF et externes (RFF, politiques…).

Un partenariat avec l'Université de Cergy-Pontoise représentée par Monsieur Pierre Zembri, a été mise en place afin d'avoir l'appui, le soutien et le compétence d'une entité extérieure. Les pistes d'action qui découlent de la phase exploratoire sont aussi le fruit d'un travail de collaboration avec la Direction du Développement.

2.2 Prospective dans les grands groupes français

De nombreuses entreprises se lancent ou se sont lancées dans des démarches prospectives pour donner du sens à leurs actions tout en étant ancrée dans le présent, mobilisant à la fois la réactivité ainsi que la transversalité entre les différentes fonctions de l'entreprise.
De façon synthétique, dans les grands groupes transport public comme la RATP ou Véolia Transport, ce sont de vraies démarches prospectives qui ont été enclenchées.

Dans le premier cas, le projet de recherche a amené à un travail de réflexion concrète dans un projet terrain intitulé « Réseau 2000 », permettant de partager et d'enrichir les conclusions et aboutissant à des réussites comme la ligne 14, la refonte du réseau Noctambus, des tarifications intégrées comme Imagin'R ou encore l'évolution du métier de machiniste et de vendeur. Le projet a surtout permis le partage et l'acceptation par tous des évolutions proposées.

Chez Véolia Transport, le Comité de Prospective a pour rôle d'orienter les axes de recherche ainsi que les travaux de l'Institut Véolia Environnement. Il a débouché sur une démarche d'échange et de fédération faisant émerger des solutions d'exploitation et des nouveaux produits comme les systèmes d'information en temps réel (WAP, SMS), la mise en place de services de transports spécifiques (CréaBus, Fidélibus…) des innovations sur le confort, le design (Vivabus), par une nouvelle forme de billettique (base de données Genius) etc.

La démarche Prospective « TP à 10 ans » s'inscrit dans une volonté de propositions et de réflexions pertinentes en vue d'une stratégie à long terme du TP, qui réponde aux enjeux de la société, qu'ils soient spatiaux, démographiques ou politiques. Cette démarche, qui consiste à déterminer sur quels enjeux il est possible de se baser, doit compléter les démarches stratégiques déjà entreprises.

Des démarches proches de la prospective se retrouvent au niveau des collectivités, par exemple dans le cadre des bureaux du temps ou des ORT (Observatoires Régionaux des Transports), espaces d'échanges et de partage avec les élus, les professionnels et les habitants pour faire émerger les thèmes ou les évolutions sociétales influençant les services de la collectivité.

D'autres secteurs, France Telecom et La Poste ont d'importantes cellules prospectives, anticipant tant les évolutions de technologies que les modes de consommation ou attentes de leurs clients.
EDF, Peugeot ou encore Renault, ont choisi des démarches de veille stratégique renforcée permettant de prendre en compte les évolutions à venir comme le rôle de la « citadine », l'importance de la voiture propre, associant très tôt dans leurs réflexions les différents acteurs internes.

2.3 Problématisation d'une approche prospective du transport public à 10 ans

L'exercice de la prospective est délicat par définition. Il est ainsi nécessaire de bien préciser les questionnements de départ et de déterminer pour chaque question posée les grandes tendances mais aussi les risques d'inflexion, voire de rupture liées à des modifications possibles des politiques menées.

Dans un contexte complexe, appelé à se modifier de différentes manières et selon des temporalités variées, la place du transport public en général,et celle du transport régional en particulier, risque de s'en trouver davantage valorisée. Mais l'expérience prouve qu'il ne suffit pas simplement de relancer la composante transport pour provoquer des modifications durables de comportements et de choix modal. D'où la nécessité d'une approche systémique mettant en avant les facteurs susceptibles de favoriser une dynamique structurellement favorable au transport collectif. Cette réflexion peut se nourrir de retours d'expériences ponctuels, des régions ayant mené depuis plusieurs années des actions que nous pourrions considérer comme des prototypes, en nous posant la question de leurs transpositions à une échelle plus vaste.

Les thèmes de réflexion peuvent être regroupés en quatre grandes familles :

- **Le cadre sociétal général** : la société française et européenne, l'évolution de ses valeurs et de ses aspirations, la place de la mobilité dans ses préoccupations.
- **Le cadre territorial** : répartition des habitants et des activités, dynamiques urbaines, échelles des déplacements…
- **Le cadre politique** : répartition et agencement des compétences, financement, capacités d'expertise, nature des rapports avec les opérateurs etc.
- **Le cadre du réseau SNCF** : organisation, gestion et développement des capacités, évolutions techniques et sociales.

Au sein de chaque famille est défini un questionnement principal, pouvant être décliné en plusieurs sous questionnements afin de donner une idée des grandes tendances imaginables dans l'état actuel des réflexions, puis de rechercher des facteurs d'inflexion ou de rupture susceptibles d'infléchir et de contredire les tendances évoquées précédemment. En seconde approche, sont proposées des possibilités d'actions, pour accompagner les inflexions souhaitables en fonction d'une stratégie globale de développement de la composante du transport public de personnes.

Une telle démarche d'anticipation stratégique a pour objectif de trouver une déclinaison utile et adaptée aux orientations de la Branche Transport Public. Les enjeux dégagés de la première phase servent maintenant de base de réflexion.

Une première étude sur les évolutions démographiques de la population française et plus particulièrement **le marché des Seniors** a fait l'objet d'un travail de recherche au sein du Marketing de la Direction du Transport Public. Cette étude a fait le constat que pour répondre aux

évolutions du marché de la mobilité et pour satisfaire au mieux les attentes des clients et des autorités organisatrices, le Transport Public va être conduit à proposer et mettre en œuvre toute une série de solutions novatrices afin de répondre à la demande d'une population qui ne va cesser de vieillir[5]. Les Seniors forment une cible large et hétéroclite qui suppose un effort de conquête significatif à entreprendre, en définissant des stratégies marketing adaptées prenant en compte les spécificités de mode de vie et d'attente de cette tranche de population.
L'étude tente de répondre aux questions suivantes, afin d'intégrer les Seniors dans tous les projets et services Transport Public :

- Qui sont les Seniors ?
- Qu'est ce qui caractérise leur mode de vie, de consommation ?
- Comment segmenter l'offre de produits, de services pour répondre à leurs besoins ?
- Faut-il dédier une offre spécifique aux Seniors ou adapter des produits ou services existants à leurs attentes ?

Chacun d'eux est éligible à un approfondissement tant documentaire que qualitatif par l'organisation de groupes de travail et de rencontres organisées en interne comme en externe. Cependant, il est nécessaire que les priorités les plus fortes apparaissent et que le questionnement réponde à un besoin réel et identifié.

Par la suite, si certains thèmes ont de toute évidence intérêt à être approfondi rapidement, leur choix pourra être effectué par les Activités, en fonction des orientations stratégiques et politiques majeures observées dans leurs régions. Les thèmes d'approfondissement choisis peuvent alors devenir de véritables projets, fédérateurs de l'ensemble des acteurs du transport public et action transverse de réflexion sur l'évolution du transport public. Ils pourront aussi devenir le lieu de valorisation de projets actés. Le Transport Public à 10 ans a pour but de devenir une vision transverse tournée vers l'avenir accompagnant les projets d'évolution concrets de la plupart des services de la Direction du Transport Public.

La Prospective met ainsi en avant un besoin de priorisation des actions dans l'optique d'une réflexion focalisée sur un avenir à moyen terme. Les fiches mises à disposition donnent une vision précise des divers points à approfondir et soulignent les opportunités dont peut profiter le TP aujourd'hui pour se pérenniser dans l'avenir.
Il est important qu'une telle démarche s'organise et se mette en place au sein de la SNCF, surtout dans un contexte d'ouverture à la concurrence proche, ou elle devra se confronter à d'autres exploitants pour conserver au maximum son monopole auprès des régions.

[5] Prévisions de la part des 60 ans et + dans la population française : 25% en 2015, 35% en 2050

2.4 Communication interne

a - Rôle de la communication interne

L'un des objectifs de la démarche TP à 10 ans est d'en faire une démarche managériale, en proposant des leviers d'action favorables à l'avenir du transport public. Il est donc important de relier cette étude aux autres démarches déjà engagées comme les actions de l'Université du Service, de la Direction de la Recherche et de l'Innovation et le travail effectué sur l'évolution des métiers.

Le support communication interne vise à concrétiser la démarche en interne, avec les différentes Activités (TER, VFE, Corail IC, Etablissements) et à plus long terme à permettre le partage de l'information sur les sujets phares de l'avenir du transport public.

Le partage de l'information pourra être fait par la suite sous forme d'ateliers de discussions et d'échanges, avec différents intervenants, internes à la SNCF mais si possible aussi extérieur afin de donner plus de poids à l'étude en la légitimant face au Comité Directeur de la Branche Transport Public.

b - Utilisation des supports de communication pour faire connaître TP à 10 ans

L'intranet DTP, accessible par tous les agents SNCF, quelque soit leur Activité est actuellement en refonte et nous en avons profité pour y intégrer une page dédiée à la démarche Transport Public à 10 ans.
La première phase de l'étude y est disponible dans son intégralité, ainsi que les différents travaux entrepris. Les documents sont insérés à la rubrique « Projets et Services ».
Une adresse tp10ans@sncf.fr permet aux personnes intéressées de poser leurs questions ou de faire part de leurs avis et propositions.

De plus, nous avons profité des publications internes, telles que le magazine *Public*, transmis à l'ensemble de la DTP et aux Activités et disponibles à la demande par les autres Activités et de la newsletter *Public en Clics* diffusée par l'intranet.
Un article général sur la démarche prospective et les évolutions du marché transport public avait déjà été publié dans le magazine *Public*.
Le thème de recherche sur les mobilités nocturnes et le marché de la nuit a fait l'objet d'un second article, alors que la newsletter informait de la mise en ligne de l'intégralité de l'étude.

4. La nuit comme opportunité de développement pour le transport régional

Il est facile de constater que la nuit est en train de se banaliser et de s'imposer à Paris, dans les différentes capitales et dans les agglomérations françaises, à travers la hausse de la demande d'usages de nuit.

Les transformations profondes de la société ont fait de la nuit un temps comme les autres. Ainsi, la ville la nuit en milieu urbain est à usage continu, entre 20 heures et 8 heures, l'augmentation des services à la personne et aux entreprises permettent le découlement optimal de la vie en journée et l'offre de loisirs et de commerces qui étalent de plus en plus leurs horaires d'ouverture, répondent à une demande forte des citadins et surtout des populations les plus jeunes.
Mais la nuit est aussi une période critique pour les individus en marge de la société, un moment de déploiement des pratiques en marge de la société.

Cet usage continu de la ville se développe cependant selon des rythmes identifiables géographiquement par exemple. Les logiques d'usage ne sont pas toujours évidentes et l'on observe plusieurs tendances selon les activités, faisant apparaître notamment des oppositions centre et périphérie, quartier résidentiel et d'activités, plus ou moins densément peuplé etc.

Comparé au transport urbain, le TER est faiblement présent en soirée alors que dans les régions denses et dynamiques (population jeune, attractivité économique, potentiel culturel et de loisirs) la population est de plus en plus ouverte aux déplacements privé loisirs. Les pôles majeurs situés dans la couronne périurbaine de la ville centre ainsi que les pôles de seconde ampleur bénéficient d'une offre limitée en terme d'accessibilité nocturne (exemples fiches horaires).

Des villes moyennes, à fort rayonnement régional ne sont plus desservies après 21h, souvent alors même que les TCU poursuivent leur service, le service de jour étant parfois relayé par un service nocturne spécifique, desservant les espaces ayant un potentiel d'activité nocturne. Le plus souvent la ville centre continue à être desservie plus tard que les communes périphériques alors que les flux nocturnes se font plus souvent, pour le trajet retour, du centre vers la périphérie.

Il existe une véritable problématique qui s'articule autour de la nuit. La nuit est devenue un enjeu de développement urbain et un sujet actuel de débats, de recherche et de prospective urbaine. Longtemps considéré comme une discontinuité, cet espace temps est peu a peu conquis par de nouvelles activités, de nouveaux acteurs et de nouveaux services (animation, services et commerces ouverts en soirée, voire 24/24). La ville la nuit est un territoire aux caractéristiques spécifiques, un enjeu de développement et un nouveau marché à conquérir pour l'économie (émergence d'une culture, d'un mode de vie nocturne).

Certaines problématiques territoriales s'accentuent avec la nuit. Elle stigmatise les inégalités entre centre et périphérie et creuse les écarts d'égalité entre les populations. Le TP, en tant que service public doit pouvoir apporter des réponses, dans le cadre du droit au transport pour tous et de « l'accessibilité permanente ».

Quels sont les besoins en service de mobilité nocturne ? Quels problèmes et quelles innovations à mettre en place face à l'évolution de la mobilité de loisirs ? Comment assurer un fort niveau de sécurité dans les transports la nuit ? Comment assurer et gérer le transport des déplacements DT de nuit ? Comment appréhender l'évolution de l'offre de transport nocturne ?

Objectifs de l'étude

- bilan du marché de la nuit, des activités et de leurs perspectives
- dresser un bilan d'image actuel et prospectif du marché potentiel de la nuit pour le TER (élargissement des horaires de service en soirée, voire de nuit)
- avoir une vision d'ensemble du ressenti et de la représentation de la nuit pour la population cible interrogée : usages, problématiques associées, intérêt etc., aujourd'hui et demain (intuitions, imaginaire, attentes).
- Définir les attentes de la clientèle quant à une possible offre TER nocturne ainsi que leurs perceptions relatives à la nuit et aux mobilités nocturnes.

Partie II Le territoire de la nuit urbaine, un espace temps en émergence

Nous définirons ici la nuit dans son acceptation large, c'est-à-dire comprenant la soirée de 21h à 1h, puis le temps nocturne, de 1h à 5h, heure où les activités recommencent dans les espaces urbains.

Différents phénomènes sociaux et économiques ont fait émerger le temps de la nuit depuis ces 2 dernières décennies. Les pressions s'accélèrent et la nuit n'est plus considérée comme un temps mort dans les espaces urbains, mais bien comme un temps réel de la « journée », avec à la fois les activités commerciales et économiques diurnes qui s'étalent et ses activités nocturnes spécifiques, plus relatives aux loisirs et à la culture.

L'individualisation des comportements, l'abandon progressif des grands rythmes industriels au profit d'une économie de services, l'essor urbain, le gonflement et l'étalement des grandes agglomérations, la tertiarisation de l'économie et des emplois, la mise en réseau à l'échelle mondiale par le biais des nouvelles technologies d'information et de communication, la désynchronisation des temps sociaux, les modifications de temps de travail, et la mise en compétition des agglomérations sur des critères de qualité de vie, sont autant de phénomènes propices à l'émergence de la nuit urbaine, comme temps réel d'activités, de loisirs, de travail et d'économie, désormais considéré par les pouvoirs publics.

Cette intérêt pour la nuit a démarré plus tôt dans certains pays, comme les Etats-Unis, le Japon, la Belgique, la Pologne etc. qui offrent un large choix de services, d'animations, de produits en continu.

1. La nuit nouveau territoire et enjeu de développement urbain

Les notions et principes d'urbanisme et d'aménagement du territoire renvoient la plupart du temps à une dimension uniquement spatiale, qui occulte la dimension temporelle des espaces urbains. Mais comme l'espace, le temps à ses marges et ses limites, peu à peu gagnées par la ville et les activités urbaines.

1.1 Cadrage de la nuit

La nuit peut être découpée en 3 espaces. De 20h à 1h, la soirée différencie l'espace public de celui de la journée, envahie par les activités diurnes, le temps des sorties et de la culture. Peu à peu suivant les villes, les activités commerciales prennent fin, les gens regagnent leurs domiciles. A partir de 1h débute réellement la nuit profonde, le cœur de la nuit avec ses activités spécifiques. Les

transports collectifs arrêtent leurs services, les loisirs et espaces culturels ferment leurs portes et seuls les travailleurs de nuit ou les noctambules poursuivent leurs activités.

A partir de 5h, la ville reprend ses activités, peu à peu les transports reprennent leurs services, les équipes de nuit laissent leur place à celle de jour, la circulation s'intensifie à partir de 7h, les travailleurs quittent leur domicile, puis vers 8/9h les administrations ouvrent leurs portes suivies des commerces.

On peut aussi noter une géographie de la nuit dans les aires urbaines, souvent limitée à quelques pôles. L'animation nocturne, centrée sur les fins de semaine (à partir du jeudi) se concentre sur les centres villes et les complexes de loisirs périphériques. Plus la nuit gagne, plus la ville se rétrécit. Les lieux de vie diurnes se vident et la majorité des activités encore disponibles vont se concentrer en un même lieu. La vie nocturne connaît aussi une alternance forte entre semaine et week-end, avec une « suractivité » du jeudi soir au samedi soir.

1.2 Un marketing territorial qui s'ouvre à la nuit

La nuit est longtemps restée absente de toutes les politiques publiques. On assiste aujourd'hui à une nouvelle donne en matière d'urbanisme et de politique territoriale. Le marketing territorial se donne désormais une dimension nocturne. Ainsi dans de nombreuses collectivités la nuit a fait l'objet de réflexions et de mise en place de groupes de projets.

A Lyon, la municipalité a organisé une série de conférence sur le thème des loisirs nocturnes, créant un dossier thématique Millénaire 3 sur ce sujet et organisant une traversée de la ville de nuit en décembre 2005.

Poitiers a crée son Agence des Temps, qui regroupe sociologues, géographes, acteurs des collectivités locales et des transports.

A Belfort, la Maison du Temps et de la Mobilité a analysé l'offre urbaine de transports et de services nocturnes ainsi que le pratiques et besoins des jeunes, servant de base à l'expérimentation d'un service de transport collectif la nuit.
D'autres villes, comme Paris, Rennes ou Lyon ont également, après expérimentation, mis en place un réel service de dessertes nocturnes.

A Paris, le Conseil de développement économique durable a travaillé sur le sujet de la nuit et des rythmes de vie dans la capitale, formulant diverses propositions d'actions. L'APUR a formulé une étude exploratoire sur Paris la nuit en février 2004. Différents types de chartes sur la nuit, comme la Charte des lieux musicaux en Ile-de-France, la Charte de la vie nocturne à Lille, visant à concilier les intérêts des professionnels de la nuit et des riverains. Rennes Métropole a mis en place des « correspondants de nuit » sillonnant la ville avec une mission de médiation et d'information et à

Strasbourg un arrêté municipal règlemente l'ensemble des activités nocturnes depuis quelques années.

De plus, la nuit peut se révéler stratégique pour une clientèle cible dont la moyenne d'âge se situe entre 15 et 45 ans. Les grandes entreprises l'ont bien compris et appuie nombre de leurs campagnes de communication sur un marketing spécialement nocturne. Le marché de la nuit s'élève à plusieurs millions d'euros dans les grandes agglomérations et il existe un véritable marketing de la nuit.

De plus, en ce qui concerne les communes et la compétitivité qu'il existe entre les grandes villes françaises qui essaient d'attirer population et activités, la nuit constitue de plus en plus un élément de valorisation très fort avec de nouvelles valeurs, propres aux nuits urbaines. Après les entreprises, ce sont les villes qui se penchent sur la valorisation de leurs nuits, sorte d'outil marketing, qui revalorise et renforce l'image et l'attractivité d'une ville. Cela fait partie d'une logique de marketing territorial, dans laquelle la ville est valorisée par son potentiel d'activités et son degré d'animations nocturnes.

On constate par exemple que la Plan Lumière de la ville de Lyon a largement participé à la transformation de l'image de la ville, en révélant son patrimoine architectural et culturel jusque là peu mis en valeur, par le biais d'une participation spontanée d'un très large éventail d'acteurs et de populations.
En termes de fréquentation, le nombre d'habitants est doublé et Lyon voit défiler 4 millions de personnes en 4 jours et 1.2 millions de personnes dans ses transports en commun[6]. Cela signifie un succès et un retour économique très important.

D'autre part, en Angleterre, les débats autour de la nuit se sont inscrits dans les stratégies de revitalisation des centres urbains, confrontés à la désindustrialisation massive. Ainsi, « la ville des 24 heures » (colloques en 1993 et 1999), est une démarche marketing destinée aux villes désirant se reconstruire sous une identité nouvelle et moderne. L'intérêt des pouvoirs publics s'est alors porté sur le potentiel d'une économie de la nuit pour créer une masse importante d'activités, avec en plus une animation artistique et culturelle renforcée, donnant lieu à un nouveau style de vie urbaine partagé par tous.
En 1993, la ville de Manchester entame le réaménagement et la requalification de son centre ville. Afin d'éviter d'en éviter les problématiques associées, la ville décide d'encourager le développement des débits de boissons et l'implantation de cafés et restaurants. Un Comité de suivi regroupant les différents acteurs est alors mis en place et la délinquance se voit diminuer de 15% la première année. Depuis, de nombreuses actions ont été menées afin de sécuriser et de favoriser les activités de nuit.
La nuit est ici un champ d'expérimentations en termes d'aménagement des horaires, de diversification des activités nocturnes et de gestion des transports.

[6] Source : Pascale Bonniel Chalier, maire adjointe aux évènements et aux manifestations culturelles de la ville de Lyon, avril 2005.

1.3 Etalement progressif des activités de jour sur la nuit

a - Activités des entreprises

Avec la globalisation de l'économie, le développement des réseaux de communication en temps réel, les activités ne s'arrêtent plus et les horaires sont de plus en plus discontinus dans le but de se caler sur les entreprises homologues étrangères. Le temps, tout comme l'économie a tendance à se mondialiser.

Les entreprises, dans ce contexte fort de mondialisation et de concurrence et dans un but de rentabilité économique, ont réalisées que l'allongement et l'étalement de la durée de travail permettait de mieux rentabiliser leurs investissements, en amortissant plus rapidement leurs coûts fixes. Les équipements de production sont de plus en plus sophistiqués, donc de plus en plus coûteux ce qui rend impératif le fait de les faire le plus longtemps possible.

Les 35 heures renforcent ce phénomène : les entreprises compensent le surcoût de ce nouveau temps de travail en utilisant plus intensivement leurs machines et cet élargissement des horaires s'étend à d'autres métiers. Dans l'industrie comme dans les services, la flexibilité et la disponibilité sont devenues des concepts incontournables.

Ainsi, dans la plupart des secteurs d'activités le travail de nuit se généralise. L'irruption des nouvelles technologies de l'information et de la communication contribue encore plus à bouleverser les horaires de fonctionnement des entreprises. Certaines grandes firmes tertiaires développent même des projets sur un cycle de 24h, en jouant sur leurs sites d'implantation répartis autour du globe, sur différents créneaux horaires et les systèmes de roulements en 3 « 8 » se généralisent.

Cette augmentation des horaires décalés accompagne le développement du tertiaire et des services, secteur en forte hausse de l'économie française. On assiste à une généralisation d'élargissement d'horaires d'ouverture des commerces, et les prestataires de services en tous genres suivent aussi la tendance en proposant à leurs clients une assistance et un service disponible en 24/7 et même les jours fériés.

b - Ouverture des commerces en soirée

Pour répondre à tout moment à la demande de la clientèle, la notion d'horaire n'existant plus dans la psychologie du consommateur, les commerces en milieu urbain étendent progressivement leurs horaires d'ouverture pour répondre aux évolutions des modes de vie urbains. Par exemple des entreprises de grande distribution comme Monoprix généralisent les plages d'ouverture de 8h à 22h pendant la semaine, ainsi que le dimanche.

Les entreprises de distribution sont en train de se transformer en tenant compte des disponibilités temporelles de leur clientèle. Même dans les agglomérations de taille moyenne, les commerces de centre ville s'alignent progressivement, par l'ouverture à l'heure du déjeuner ainsi qu'en soirée. Dans les grandes villes, les forts pôles nocturnes voient leurs horaires d'élargir.

Une enquête réalisée il y a quelques années par un grand magasin parisien avait permis de montrer que près de 75% de leur chiffre d'affaire était réalisé lorsqu'il faisait nuit dehors. En soirée, les clients sont effectivement plus libres et les heures où les citadins sont les plus nombreux dans les rues, correspondent aux demi saisons et à l'hiver où l'attractivité de l'éclairage est la plus importante.

L'élargissement des plages horaires d'ouverture des commerces en ville est révélateur de facteurs d'économie, de confort et de qualité de vie urbaine. L'intérêt porté au développement de cette nouvelle accessibilité articulée autour des pratiques et usages de vies de plus en plus décalées est relativement récent en France, contrairement aux pays du nord de l'Europe ou aux Etats-Unis par exemple, et renvoie à un souci d'amélioration de la qualité de vie quotidienne des populations urbaines.

c - Développement des services 24/24

Pour répondre à tout moment à une clientèle de plus en plus exigeante, dans une « société de l'accès », les services à distance en tout genres disponibles en continu se multiplient. L'univers des services est en effet en passe de devenir accessible 24h/24 et 7j/7. Cette évolution est due aux changements des modes de vie de la clientèle, essentiellement citadine, qui réclame depuis ces dernières années le décalage des horaires des commerces et services vers le week-end et la nuit. Par souci commercial et effet concurrentiel beaucoup d'entreprises se mettent à fonctionner en continu même si elles n'ont pas forcément une clientèle suffisante. Cette accessibilité permanente devient un argument publicitaire qui se banalise. Banques, compagnies aériennes, EDF, assistances et assurances sont joignables 24h/24 et 7j/7.

De plus, les distributeurs et magasins automatiques s'implantent depuis peu de temps sur le marché et à Paris, ces systèmes de distribution réalisent 60% de leur chiffre d'affaire entre 21h et l'aube avec un large panel de produits de consommation courante. L'investissement paraît rentable et les magasins automatiques semblent avoir trouvé leur clientèle de citadins vivant en horaires atypiques.

Ainsi, les services disponibles 24h/24 stimulent la dynamique commerciale des entreprises. Mais il ne s'agit pas décoller systématiquement à la demande des clients, mais bien de débattre des évolutions nécessaires, afin de les maîtriser. Le développement économique de la nuit doit être soutenu et encadré, pour ne pas engendrer de nouvelles exclusions sociales.

Se pose la question de la continuité du service public, à la fois temporelle et spatiale. Les services publics doivent-ils être disponible en continu ou non ? Cette question renvoie aux choix des pouvoirs publics et des collectivités locales, qui ont le pouvoir de favoriser ou non le développement et la généralisation des services durant la nuit.

2. Les différents usages de la nuit et limites

2.1 Une hausse du travail la nuit

En France de plus en plus de salariés se convertissent aux horaires décalés ou flexibles délaissant la semaine classique des 35 heures et les trois « 8 » par intérêt personnel ou pour cause de productivité, d'adaptation à la demande ou d'heures d'ouverture élargies. Cette nouvelle flexibilité des horaires de travail est un thème récemment pris en compte par le Gouvernement notamment dans ses négociations avec les organisations syndicales. Les horaires atypiques ne se bornent plus aux secteurs de l'industrie, où le processus de production a longtemps nécessité un temps de travail en continu, en trois 8.

Il faut cependant distinguer les travailleurs de nuit et les occasionnels. Le travail de nuit dit permanent concerne 2% de la population active européenne mais 19% des actifs sont amenés à travailler occasionnellement de nuit. Ce pourcentage a progressé dans les années 90, passant de 18% en 1991 à 21% en 1996. En France, 22% des hommes et 6%[7] des femmes, soit près de 3 millions de salariés travaillent au moins une nuit dans l'année. Le travail de nuit touche plus particulièrement les jeunes, avec 34% des salariés les plus jeunes, entre 16 et 24 ans, qui travaillent régulièrement ou occasionnellement de nuit.

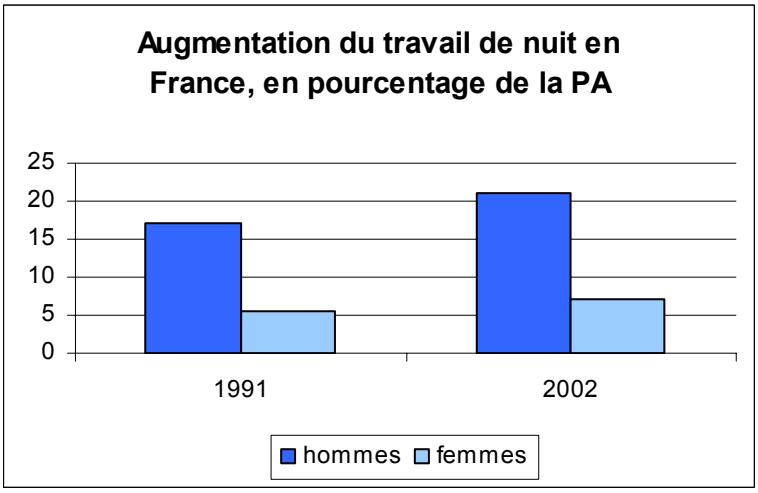
De plus, depuis la loi du 9 mai 2001, le travail des femmes la nuit est autorisé, au nom de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes.
Ainsi, en 2002, d'après l'enquête Emploi[8], 3 050 000 salariés soit 14.3% de la population active travaillent régulièrement ou occasionnellement la nuit, entre minuit et 5h, 20.3% d'hommes et 7.3% de femmes.
Si l'on élargi le travail de nuit au travail de soirée (de 20h à minuit), trois salariés sur dix travaillent régulièrement ou occasionnellement soit le soir, soit la nuit, soit 38% de la population active masculine et 24% de la population active féminine.

Le travail de nuit a augmenté durant les années 1990, sous la pression de la mondialisation, des entreprises de services et de la demande de la population urbaine. Le travail de nuit progresse dans les pays industrialisés avec 7 à 15% de la population salariée concernée. Tous les pays européens

[7] Enquête Institut Chronopost, Institut Ipsos sur le temps des français, 2003
[8] Enquêtes *Emplois*, 1991 et 2002, Insee

sont touchés à des degrés divers, du fait de la capacité des organisations syndicales d□en limiter l□extension.

Figure 1 : Enquête Emploi, 1991, 2002, Insee



Source : DARES, INRETS, Octobre 2005

Tableau 5 : Les professions où le travail de nuit est le plus fréquent, en pourcentage de la Population Active

	Hommes		Femmes	
	1993	2002	1993	2002
Information et Spectacle	36,2	34,6	18,3	19
Santé et Action Sociale	28,3	23	30,3	21,6
Fonction Publique	37,1	32,9	4,2	3,6
Policiers et Militaires	75,9	69	45,1	42,1
Services aux particuliers	28,3	31,4	8,1	7,8
Industrie qualifiés	25,4	28,1	2,6	8,7
Transport	34,5	36,8	ns	ns
Manutention, Entretiens	26,5	28,4	ns	ns
Industrie non qualifiés	21,6	24,4	2,3	9,7
Ensemble des salariés	**18,7**	**20,3**	**5,8**	**7,3**

Source : Enquête Emploi, 1993, 2002, Insee

Ns : donnée non significative

2.2 L'augmentation des loisirs nocturnes et de l'intérêt porté à la nuit

Les activités urbaines se prolongeant en soirée, l'économie de la nuit se développe. Près de 4 personnes sur 10 déclarent sortir le soir au moins une fois par semaine et 20% ne le font jamais contre 37% en 1973[9]. Il est important de considérer l'usage de la nuit des français : il est rare pour 27% d'entre eux, peu fréquent pour 22% mais tout de même assez fréquent pour 25% des interrogés et très fréquent pour 26%[10]. Cette proportion augmente selon la taille des communes et le niveau d'études mais la tendance est à la hausse. 40% des français disent faire la fête une à trois fois par mois et 10% une à plusieurs fois par semaine[11].

Partout des nuits spéciales à thème culturel s'organisent et se multiplient. Les succès des Nuits Blanches de Paris[12] et Bruxelles, la nuit des Musées à Munich ou la nuit des arts à Helsinki où la Fête des Lumières et les Nuits Sonores à Lyon et Turin renforcent l'attractivité nocturne des villes. La nuit devient un argument marketing (soldes de nuit, lancement de produits de nuit…) et l'offre de loisirs nocturnes se développe avec un chiffre d'affaires estimé à près 1.8 milliards d'€ selon l'Association Française des métiers de la nuit.

De plus, dans le milieu des sciences sociales, colloques et réflexions sur les nuits urbaines se renforcent, notamment avec la création d'associations et de bureaux des temps un peu partout en Europe, et des manifestations consacrées à la nuit, rassemblant géographes, économises, sociologues etc. comme le Forum International de Rome qui s'est tenu en avril 2004, sur « les mobilités, la ville, la nuit ».

2.3 Conflits d'usage et d'intérêt

Le temps des villes suscite une nouvelle manière de penser les services publics et les aménagements urbains. Les transports participent à l'articulation des temps et se trouvent ainsi au centre des analyses des temps des villes et de la mobilité, révélatrices des problèmes sociaux de la vie quotidienne.

En effet, horaires décalés, extension du temps libre, accroissement des déplacements, adéquation entre l'offre et le rythme des usagers, posent la question du rôle des villes et des pouvoirs locaux dans la maîtrise des temps pour une meilleure qualité de vie des habitants. Les collectivités locales sont confrontées à une nécessaire prise en compte de cette préoccupation parce que le temps peut

[9] Enquête Ministère de la Culture et de la Communication, 1997
[10] Sondage Sofres Opinion, *Les Français et le temps dans le ville*, 2001
[11] Enquête Thalis Ipsos, 2001
[12] 1.3 Millions de visiteurs pour la Nuit Blanche Paris 2005, source www.paris.fr

devenir un facteur d'exclusion selon que l'on maîtrise cette richesse ou qu'il s'agisse d'une pression que l'on subit.

Le principal type de conflit relatif à la nuit est celui de la confrontation de l'espace public nocturne entre les résidents des quartiers ayant des activités nocturnes et les consommateurs de ces activités qui investissent ces lieux. Il y a opposition entre la ville qui dort et la ville qui s'amuse. Ce type de conflits entraîne souvent des mutations, comme une fuite des résidents ou le déplacement des lieux de sorties et d'activités nocturnes vers la périphérie. Les autorités tentent de limiter ces tensions grâce aux règlements sur le bruit, la mise en place de forces de police spécialisées, par la limitation des autorisations d'ouverture tardives ou par le biais de campagnes de communication, visant au respect de chacun et au partage de l'espace public.

Ce type de conflit peut se retrouver dans les transports publics offrant un service de soirée ou de nuit, avec un nécessaire partage de l'espace entre les noctambules et les travailleurs de nuit, qui n'ont pas les mêmes attentes.

Il convient de prendre en compte ces divers motifs de déplacements la nuit afin d'assurer un service qui convienne aux différents types de population et de concilier les intérêts souvent divergents des habitués de la nuit, dès lors qu'ils se confrontent, notamment dans un espace clos de transport collectif.

De plus, il existe aussi une situation de conflit potentiel entre les intérêts des usagers/ consommateurs qui réclament un service de qualité sur des plages horaires étendues et les intérêts des salariés et de ces acteurs de la soirée ou de la nuit, qui souhaitent ralentir leur rythme de travail en horaires décalés. Il est alors nécessaire d'engager une concertation de ces différents acteurs, au-delà des simples relations employeurs/ salariés, dans la perspective d'une conciliation des temps de vie des usagers et des travailleurs

2.4 Inégalités et clivage centre et périphérie

Le temps est révélateur d'inégalités. En particulier le temps de transport diffère selon que l'on a telle ou telle activité ou que l'on appartient à telle ou telle catégorie sociale. Les transports et l'aménagement du territoire deviennent des éléments déterminants du développement durable en tant qu'harmonie sociale et concordance des temps vécus pour les citoyens.

La nuit peut être perçue comme une période qui renforce les inégalités sociales. Dans les agglomérations ne proposant pas de services de transport nocturne, l'automobile gagne un statut d'objet indispensable et renforce ainsi les inégalités sociales en termes d'accessibilité aux services et aux loisirs. En effet, du fait de l'arrêt des transports collectifs, la mobilité devient fonction ou non de la disposition d'une voiture.

La nuit renforce aussi les inégalités d'accessibilité entre centre et périphérie. En effet les centres villes bénéficient, dans certaines villes, d'une offre de transport de soirée ou nocturnes, qui dessert les lieux de vie nocturne et les pôles d'emplois concernés par le travail de nuit. Les habitants de la périphérie n'ont alors accès à la ville que par la voiture et les populations les plus défavorisées ou les captifs, notamment les plus jeunes, n'ont plus accès à la ville centre dès lors que les transports s'arrêtent de fonctionner.

C'est ce que le réseau Noctilien a compris en mettant en place des services de transport de nuit, suivant les lignes de RER diurnes et allant jusqu'à près de 70km du centre de Paris. Noctilien dessert aussi bien les banlieues que le cœur de la capitale, dans une optique de service public et donc d'accessibilité pour tous.

Il s'agit là d'une question de définition de service public. Le problème reste souvent le même. Les populations résidant en centre ville sont les plus proches des commerces, services et lieux de sorties nocturnes et en même temps les mieux desservies, alors que les habitants de la périphérie ne bénéficient que très rarement de la même accessibilité à la ville dans son sens large.

Mais la maîtrise des temps, et en particulier du développement de la nuit, concerne aussi des actions beaucoup plus quotidiennes comme l'adaptation des services municipaux aux besoins des différents types de modes de vie que l'on constate en milieu urbain, la facilité d'accès aux loisirs en horaires décalés, l'accueil des enfants dont les parents travaillent en horaires décalés, l'ouverture des commerces en soirée etc.
Le temps des villes est une réflexion nouvelle qui pose concrètement la question de la relation entre les populations, les personnes et l'aménagement des villes.

2.5 Ouverture du débat « une ville ouverte 24h/24 ? »

Le concept de ville 24h/24 commence à émerger, essentiellement concernant la capitale, et les pouvoirs publics s'interrogent sur nos modes de vie et le futur visage que nous voulons pour nos villes. Confrontés à ces évolutions du rapport au temps et notamment de la nuit comme un temps de la journée, les acteurs concernés commencent à s'y intéresser et à mettre en place des politiques ou manifestations spécifiques au temps de la nuit.

Nous allons vers un resserrement de la nuit, une diminution de sa durée, même si nous sommes loin d'une ville en continu. Le cœur de la nuit ne représente plus qu'une tranche horaire de 3h, de 1h30 à 4h30 dans les grandes agglomérations françaises. Ce débordement de la journée sur la nuit, le prolongement de la soirée, ne s'effectue pas sans freins et désaccords entre les différentes populations et les pouvoirs locaux. Cette question de l'accessibilité de la ville devient un enjeu de gouvernance et un sujet de réflexion sur le droit à la ville.

Par exemple, depuis que le travail de nuit des femmes a été autorisé, n'est-il pas nécessaire de repenser non seulement l'offre de transports collectifs de nuit mais aussi les plages d'ouverture des structures de garde d'enfants, sous peine d'accroître davantage les inégalités sociales et les difficultés quotidiennes des populations en difficulté ?

Il faut aussi comprendre qu'imaginer une ville en continu, 24h/24, ne signifie pas soumettre l'ensemble de la ville à une activité en continu mais seulement des pôles d'activités restreints mais offrant une réponse concrète et suffisante à la demande des populations urbaines, implantés de manière à être accessible de jour comme de nuit, et en transport en commun, tant par les habitants du centre que de la périphérie.

Axes d'intervention des collectivités désirant mettre en valeur leur ville la nuit :

- adapter l'offre de services au décalage de la vie urbaine vers le soir,
- développer le tourisme et l'économie de la nuit,
- accroître l'offre en Transport Public au cœur de la nuit et pas uniquement en soirée,
- concilier les usages et maîtriser les nuisances.

Sur cette thématique de la nuit, la pensée française se divise en deux grands courants. Toute une partie de la recherche sur le sujet, derrière le géographe Luc Gwiazdzinski, invite à réinvestir la nuit considérant que l'animation nocturne et la colonisation de la nuit par la lumière, la sécurité et par l'économie, encadrée par une démarche politique et populaire consciente seront plus sûrement les garants d'une nuit sûre et agréable à habiter.
A l'inverse, des chercheurs comme Catherine Espinasse ou Peggy Buhagiar dénoncent les risques d'une diurnisation de la nuit par un développement trop important des activités de jour qui s'étalent sur la nuit et de l'éclairage de nuit.
Les deux courants se retrouvent cependant pour affirmer la nécessité d'une réflexion immédiate et de concertation sur la question de la nuit urbaine et pour refuser la dérégulation ou le laisser faire trop souvent de règle.

3. Besoins et nouveaux services de mobilité urbaine de la ville la nuit

3.1 Déplacements nocturnes en milieu urbain

Les attentes en termes de transport collectif nocturne portent sur la mise en place d'un service minimum. Mais se pose le problème de la sécurité qui est généralement le frein principal à l'utilisation des TC la nuit.

Les principaux leviers d'action dont disposent les exploitants de service de transport sont les suivants : confort, agents de médiation, dédramatisation des lieux traversés, information, éléments d'ordre festifs et naturels, éclairages agréables et rassurants.

L'origine géographique et résidentielle est aussi un fort critère de choix modal. Les personnes résidant en périphérie des centres villes sont forcément automobilistes, étant donné l'absence d'offre hors centre ville. Cependant, en agglomération parisienne on note que tout de même que 26% des clients Noctilien sont intermodaux et utilisent à la fois leur voiture et le service de transport nocturne.

La nuit est associée généralement à un sentiment de danger et d'insécurité, qui se révèlent plus ou moins suivant les personnes et les lieux traversés. Ce sentiment se renforce dans les transports en commun où il est nécessaire de mettre en place un système de sécurité, une mise en place de moyens humains et techniques fiables afin de rassurer la clientèle et d'effacer ce sentiment qui n'est cependant pas toujours justifié.

Par exemple, Noctilien a mis en place un système de vidéosurveillance et d'alarme embarqué pouvant être activé par le conducteur en cas de conflits ou d'agression, prévenant directement les forces de police qui peuvent ainsi intervenir directement en cas de besoin, notamment grâce au système de géo localisation.
En plus, afin de rassurer au maximum la clientèle, un agent de médiation et de sécurité est présent dans tous les cars SNCF Noctilien. Son rôle est à la fois d'appuyer le conducteur sur la mission de sécurité de la clientèle mais aussi de réguler la fraude et d'assurer un niveau d'information optimale et même de confort.

La mise en place d'un service de transport régional de nuit devra s'appuyer sur différents éléments qualitatifs et de sécurité afin de capter une clientèle large et hétérogène. L'offre se doit d'avoir une bonne lisibilité et praticité. Le manque d'information ou de lisibilité peut se révéler angoissant pour les personnes n'étant pas habituées aux transports en commun, ce sentiment d'inquiétude se décuplant avec la nuit.

Les fréquences de desserte doivent être convenables, aussi bien d'un point de vue d'adéquation à la demande mais aussi d'un point de vue sécuritaire, l'attente aux arrêts ou aux gares étant des moments ressenti comme angoissants et potentiellement dangereux. Un travail doit être fait afin d'arriver à soustraire l'usager à son isolement tant lors de l'attente qu'une fois à bord afin de la rassurer au maximum et de lui donner une bonne image du service.

Un effort doit aussi être porté sur l'attractivité du service de transport, avec un bon niveau de confort, tant dans les arrêts qu'à bord des véhicules. C'est d'ailleurs l'un des leviers d'action de la SNCF pour le réseau Noctilien (car neuf et confortables), au contraire de la RATP qui réutilise ses bus de journées. De plus, le prix doit être correct afin de pouvoir être crédible face à la VP et les abonnements utilisables autant que possible pour ce service de nuit. En fonction des coûts engendrés, il faudrait essayer tant que possible d'aligner la tarification nocturne sur celle de jour.

3.2 Panorama des services de transport en commun nocturne en France

Les grandes agglomérations françaises bénéficient pour la plupart d'un service de transport de soirée ou de nuit plus ou moins développé.

a - Le positionnement de la SNCF sur le marché de la nuit avec Noctilien

En 1987, la RATP a voulu renforcer l'offre et la lisibilité de ses lignes de nuit, existantes depuis le début du 20ème siècle et utilisées pour le ramassage du personnel de nuit aux dépôts de bus et de maintenance localisés dans les premières et secondes couronnes d'Ile-de-France. Ce service de nuit remanié et plus identifiable a bénéficié d'une hausse de trafic ainsi que de sa notoriété.

En 1997, la RATP décide la restructuration complète de son service face à l'afflux de clientèle et les années 2003/2004 sont marquées par une saturation du réseau, un manque de lisibilité et des lacunes dans l'organisation de la production. De plus, le réseau, centré sur Châtelet est engorgé et ne peut plus faire face à la masse de clientèle.

La SNCF, avant Noctilien ne proposait pas de solution nocturne au-delà de la première couronne d'Ile-de-France, notamment pour des questions de maintenance, ne pouvant être faite que de nuit. En 1999, la STIF dresse un projet de 18 lignes de bus nocturnes à mettre en place en complémentarité des Noctambus. Le constat fait par le STIF met en relief une réelle demande en termes de transports de nuit et de carences importantes en transport public entre paris et la seconde couronne.

Deux lignes SNCF sont mises en service de 2001 à 2003 à titre expérimental, avec une forte image innovante et moderne, en attaque à la RATP. La SNCF est chargée de la maîtrise d'ouvrage et l'exploitation est confiée par appel d'offre. STEFIM (Kéolis) va être en charge de l'exploitation, de la régulation, du développement et de la commercialisation des deux premières lignes Bus de Nuit.

A fin 2003, les lignes ont trouvé leur place, sont bien intégrées dans l'offre SNCF francilienne et les résultats en termes de fréquentation et de trafic sont satisfaisants. L'exploitant STEFIM est remis en appel d'offre sur son territoire et est reconduit, dans un cadre commercial.

Les offres Noctambus et Bus de Nuit ne sont pas les mêmes en termes de qualité de services et ne visent pas non plus le même public et les mêmes motifs de déplacements. La SNCF mise sur un très haut niveau qualitatif avec des cars neufs et confortables, du personnel d'accompagnement et des services associés. La RATP offre un service en continuité de l'offre de jour, en réutilisant son matériel et en changeant uniquement quelques éléments de la signalétique.

Face aux succès des lignes SNCF le STIF décide de mettre en service en septembre 2005 cinq lignes supplémentaires et de mettre en place une marque commune, plus lisible, qui augmenterait la notoriété de ces différents services nocturnes, Noctilien. Noctilien fonctionne toute la nuit de 0h30 à 5h30 du matin, 7j/7, avec 35 lignes de bus.

Noctilien a 5 objectifs principaux :

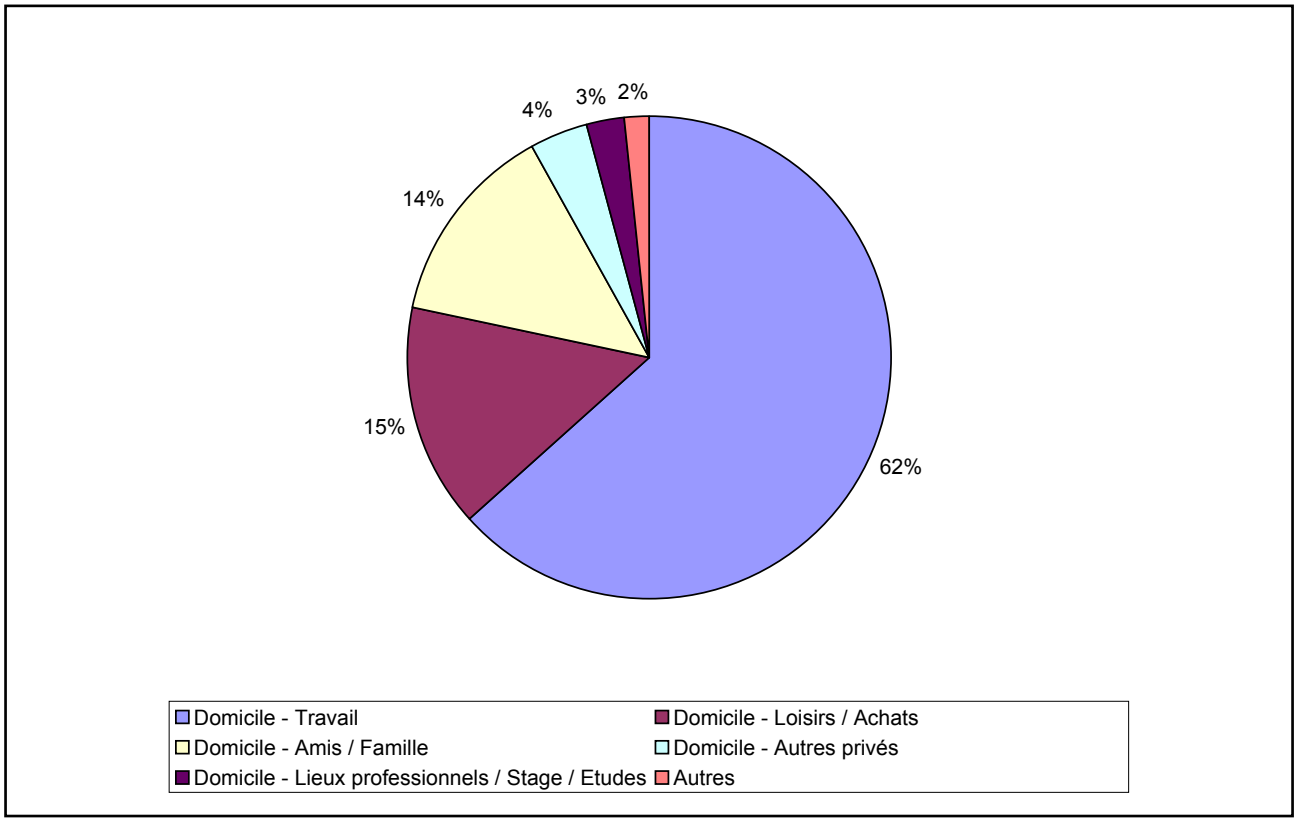
- renforcer l'offre Noctambus et Bus de Nuit devenue insuffisante,
- assurer la continuité avec les transports publics diurnes,
- désengorger Châtelet (organisation autour de 5 grandes stations de correspondance) et offrir un véritable réseau de nuit structuré et favorisant les correspondances entre les modes,
- étendre et faciliter les liaisons en allant jusqu'à la seconde couronne et des distances pouvant atteindre 60km,
- offrir un bon niveau de qualité et de sécurité.

La SNCF gère alors 8 lignes de nuit et 6 exploitants. Le cahier des charges de la SNCF est très précis et la pression est mise sur la qualité de service (car interurbain, accompagnateurs, accessibilité PMR, équipement de géo localisation et de sécurité embarqué…). La filiale Effia se charge de la supervision du service nocturne (opérateur en central, contrôles terrains…).

Le trafic croît fortement avec une part très importante de salariés (services aux entreprises) et 80% de clientèle régulière. De plus, un effort est porté sur les correspondances, notamment avec des conditions d'intermodalité intéressante (correspondances métro et Noctilien RATP). Quatre nouvelles lignes sont en projets pour l'hiver 2006 dans le but de couvrir tous les axes RER et de rééquilibrer l'offre vers l'est (Chessy Marne la Vallée, Meaux, Tournan, Conflant). La RATP devrait prolonger son offre vers St Germain en Laye, Montfermeil et St Rémy lès Chevreuse.

Le taux de charge des Noctilien SNCF est en moyenne de 50% avec des axes forts et des périodes de la nuit beaucoup plus fréquentées. On compte en moyenne 500 voyageurs pour une nuit de semaine et 2000 pour une nuit de week-end.

Figure 2 : Répartition de la clientèle Noctilien par motif de déplacement, mai 2006



Source : Enquête satisfaction Noctilien SNCF, DRIF, SNCF mai 2006

b - Services complémentaires de soirée ou de nuit dans les agglomérations françaises

Lyon (Kéolis)

Le réseau lyonnais TCL a mis en place une cinquantaine de lignes dites de « nuit ». Ce sont des lignes de bus qui complète l'offre métro jusqu'à minuit, avec pour la plupart un dernier départ vers minuit.

Le réseau est repérable dans les abribus par son logo propre et des agents de ligne et de sécurité TCL sont présents aussi bien dans les bus que dans les stations de métro et pôles d'échanges afin d'assurer un maximum de sécurité.

En plus de ce service, TCL a crée un service de nuit spécifique, Pleine Lune, relayant le métro et desservant les pôles de sorties nocturnes et fonctionnant tous les jeudis, vendredis et samedis soirs de 1h à 4h du matin.

2 points de départ se font en centre ville (Terreaux et Hôtel de Ville) pour 2 itinéraires desservant les principaux lieux de sorties et les campus universitaires.

Rennes (Kéolis)
Le réseau STAR a mis en place 2 lignes de bus « Star de Nuit » fonctionnant entre 1h et 4h45 du mercredi au samedi et assurant ainsi un service continu ces jours ci. « Star de Nuit » représente 2000 voyages par semaine et le trafic de soirée a été multiplié par 4 depuis 2003.

Bordeaux (Véolia Transport)
Les transports de la CUB mis en place un réseau de bus du soir, fonctionnant de 21h30, fin de service du réseau de bus classique, jusqu'à 1h30, départ du dernier tram. Bus du soir relie toutes les communes au tramway ou au centre de ville, avec le même système de tarification que la journée.

Nantes (TransDev)
Luciole est un service de 7 lignes de bus de nuit, desservant les principaux lieux de la vie nocturne nantaise de 2h30 à 7h00 du matin et accessible avec tous les titres de transport TAN.

Grenoble (TransDev)
L'agglomération de Grenoble bénéficie de 2 services de transport nocturnes.
Le service Noctibus comprend 3 lignes de bus de soirée empruntant les grands axes de l'agglomération grenobloise et fonctionnant les jeudis, vendredis et samedis. De 21h à minuit, ces 4 lignes de bus font la liaison entre le centre de Grenoble et les autres communes de l'agglomération avec une fréquence de 30 minutes. Elles permettent les correspondances avec les 3 lignes de trams. Ce service de nuit est accessible avec la tarification habituelle TAG.

Montpellier (TransDev)
TAM exploite un réseau de 30 lignes de bus dont 2 sont dédiées aux noctambules.
Le Rabelais relie le centre de Montpellier à la périphérie, tous les soirs, 7j. /7 de 21h à 1h du matin.
L'Amigo assure la desserte des discothèques chaque jeudi, vendredi et samedi de minuit à 5h du matin. Les tarifs pratiqués sont ceux en vigueur sur le réseau de jour.

Poitiers (Régie des transports Poitevins)
Les lignes de nuit N2A et N2B desservent les pôles d'attraction de Poitiers tous les soirs jusqu'à minuit, les jeudis et vendredis jusqu'à 2h du matin et les samedis jusqu'à 5h du matin.

Rouen (Véolia Transport)
Deux services spécifiques sont mis en place à Rouen pour les dessertes nocturnes.
Les navettes Zénith sont un service particulier de desserte de la salle de spectacle du Zénith au centre ville en 30 minutes, chaque soir de représentation.
Noctambus, circule jusqu'à 1h du matin tous les soirs, week-end compris et jusqu'à 3h du matin le vendredi et samedi de septembre à juin.

Lille (Kéolis)
Service de 7 lignes de bus « Clair de Lune » pour voyager en soirée. De 21h30 à 00h30, un bus toutes les 30 minutes et des départs groupés depuis la gare Lille Flandres et la station République.

Toulouse (Véolia Transport)
Un réseau de nuit spécifique est disponible de 22h à 1h du matin. Il est composé de la ligne de métro A et de 6 lignes de bus partant toutes de la gare de Matabiau. Il n'y a pas de majoration de tarif par rapport à la journée.

c - Services de Transport à la Demande nocturnes

TyBus à Saint-Nazaire : En complément des lignes de jour, le service TyBus à la demande permet de se déplacer du lundi au samedi de 20h à 6h du matin et les dimanches et jours fériés 24h/24. Il suffit de réserver la veille du voyage en indiquant horaires et arrêt de bus d'arrivée et de départ pour un titre de transport TyBus plus un ticket de réservation à 2€.

Navette du Grésivaudan à Grenoble : Les navettes sont en correspondance avec la ligne B du tram et complète le réseau Noctibus les jeudis, vendredis et samedis. Cette navette assure 4 départs en correspondance avec les horaires d'arrivée de la ligne B et dessert, à la demande des clients, le secteur du Grésivaudan et les communes alentours.

Itinéo à Lille : Itinéo est un service de TAD qui dessert les communes éloignées de la métropole à l'heure où il n'y a plus de bus. Il fonctionne sur réservation et permet le rabattement et la diffusion vers le centre ou les communes alentours à partir des terminus du métro. Il fonctionne tous les soirs de 20h à minuit et le dimanche de 9h30 à 00h30 vers certaines communes. L'utilisation de ce service nécessite la souscription à la carte Itinéo (2€).

TAD 106 à Toulouse : TAD 106 est un service de transport à la demande en complément des bus desservant l'est de Toulouse. Centré sur le terminus de la ligne A du métro, il assure tous les jours de 5h30 à 0h30 le complément des lignes régulières. Ce service est disponible sur simple appel, 2h au moins avant le déplacement, et est accessible avec les titres de transport Tisséo.

3.3 Intégrer le TER au développement des activités de nuit

La nuit peut être un levier de développement, une opportunité pour le transport régional. Cependant, ce service doit se compléter aux services urbains de transport en commun nocturne et certains aspects sont à prendre en compte. Le TER nocturne doit prolonger l'offre de transport nocturne urbaine déjà existante, si tel est le cas.

Plusieurs questions se posent, notamment en termes d'image et de sécurité. Pour ce qui est du matériel, que faut-il associer à l'offre ?
Trains : mauvaise image, coût très élevé, taux de remplissage (quelle fréquentation), maintenance…
Bus de nuit : meilleure rentabilité, plus de proximité, moins de crainte et davantage de sécurité

Transport à la demande, taxis, centrale de réservation : plus de proximité et meilleure image en termes de sécurité mais coûts élevés.

Il faut aussi réfléchir à mettre en place des services associés au transport nocturne, par des packages de nuit par exemple (lieux de sorties nocturnes, entrées à prix préférentiel, système de taxi jusqu au lieu de soirée, partenariat à trouver) et des services différents et adaptés en fonction du motif de déplacement. L offre de services annexes doit être lisible facilement et par exemple disponibles dans les points d arrêts.

Il convient aussi de bien rester dans le cadre du service public en mettant donc en place des dessertes équitable et larges qui balaient tout le territoire de l agglomération, avec une bonne desserte de la périphérie. De plus, favoriser les zones peu desservies prend encore plus d importance de nuit car les inégalités en termes d accessibilité s accentuent avec la nuit (captifs) et les travailleurs de nuit sont souvent les plus modestes socialement.

Deux leviers d actions s offrent à nous pour cibler et organiser un service nocturne adapté à la clientèle.

- Appuyer la réflexion sur la cible « migrants réguliers », le c ur de la clientèle TER,
- Axer l offre sur les privés loisirs et donc les occasionnels.

Il paraît préférable dans un premier temps d orienter les services, la définition de l offre et les dessertes en fonction du client type DT, afin de favoriser notre clientèle déjà acquise : concevoir un service de transport public de soirée ou de nuit en complémentarité de l offre diurne, par exemple pour les personnes travaillant en horaires décalés, et empruntant à l aller le réseau de journée et au retour le service de nuit.
C était l objectif premier de Noctambus/ RATP qui est aujourd hui un peu dénaturé.
On suppose que les occasionnels privé loisirs s adapteront ensuite facilement au service proposé.

La mobilité nocturne dans les grandes agglomérations dépend de la segmentation de la clientèle que l on fait car elle est différente pour chaque classe d âge et chaque type d activité.
On peut tout d abord mettre en avant les plus jeunes, étudiants et jeunes actifs, 18-30 ans, qui ont le potentiel d activités nocturnes le plus élevé. Cette classe d âge, et plus précisément les 15-24 ans sont les plus concernés par le travail de nuit. Viennent ensuite les adultes, 30-55 ans, qui ne sortent que plus occasionnellement et pour des motifs culturels plus restreints, restaurants, théâtre, cinéma, concerts. Il convient que les + de 55 ans, malgré leur grand intérêt pour la culture, ne sont pas les plus en craints à sortir la nuit, et dans tous les cas, les plus dépendants de leur voiture personnelle (report TP quasi impossible).

En ce qui concerne la question de la tarification, il faut autant que possible aligner la tarification de nuit sur celle de la journée, avec éventuellement un surplus pour les occasionnels suivant la qualité de l offre, et en gardant la possibilité de profiter de l offre nocturne par le biais de son abonnement pour les clients DT. Pour les packages de service, tarification supplémentaire

La distribution se fera par l'utilisation des canaux classique avec en plus une possibilité de vente à bord dans le cas de bus de nuit.

La sécurité est un levier fort d'action pour un système de transport régional de nuit, peut être encore plus que dans l'urbain, vu les distances parcourues et les territoires traversés : personnel à bord plus système de vidéo surveillance embarquée, médiateur qui aura aussi une mission d'information et de service (réveil, accueil des PMR, régulation de la fraude)□

En ce qui concerne l'évolution d'un tel service, si l'on s'en tient aux services nocturnes déjà existants en France, la création d'une offre va générer une nouvelle demande. De plus, face aux phénomènes socio économiques qui sont en train de bouleverser nos modes de vie, on peut s'attendre à une généralisation de ces services dans le milieu urbain et la SNCF doit profiter de cette opportunité pour se positionner sur ce segment de marché, surtout dans une optique d'ouverture à la concurrence, afin de devancer les exploitants de transport, qui ont déjà une expérience de l'urbain, donc une avance en termes d'expérience en transport nocturne.
Le TER nocturne peut aussi être valorisé en tant qu'alternative à la voiture particulière en terme de coût et de sécurité routière. Cela peut être un facteur d'approche pour les élus et les collectivités locales et un moyen de sensibiliser les clients.

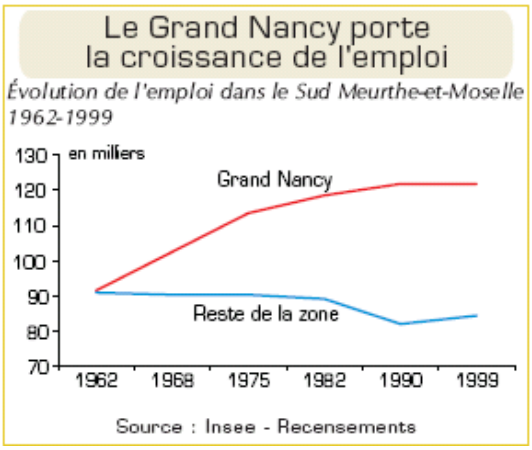
Partie III – Lancement d'une étude sur le marché de la nuit dans une agglomération moyenne, Nancy

Nous avons choisi d'expérimenter notre étude sur le territoire de l'agglomération de Nancy. A cela deux raisons principales : Nancy[13] est une agglomération moyenne en expansion, avec un fort potentiel étudiant et nous recherchions un territoire moyennement dimensionné. C'est une échelle moyenne, avec des spécificités particulières à sa taille.

Prendre une agglomération comme Lyon par exemple ne nous aurait pas aidé à justifier l'émergence du marché de la nuit, car l'agglomération lyonnaise, du fait de sa taille et de son poids économique, suit les tendances de la région parisienne, et ses évolutions en termes de mode de vie et de mobilité, sont plus prévisibles.

De plus, Nancy est un enjeu pour la SNCF, avec en perspective, en juin 2007, le TGV Est en gare de Nancy. Son réseau de transports collectifs, exploité par le STAN a été réorganisé et densifié autour du tramway et accueille 30 000 clients par jour.

Figure 3 : Evolution et comparaison de l'emploi dans le sud Meurthe et Moselle et le Grand Nancy



Source : INRETS, Economie Lorraine, n°18, janvier 2005

[13] Aire urbaine de Nancy : 410 000 habitants, source, INSEE, RGP 1999

Carte 2 : La Communauté Urbaine du Grand Nancy

Source : Regards sur Nancy, Communauté Urbaine du Grand Nancy, Edition août 2004

1. Partenariat Agence Sherpaa

2.1 Contexte et objectif d'un partenariat avec Sherpaa

La DTP souhaitant renforcer sa connaissance sur le thème de la nuit en tant qu'enjeu prospectif de mobilité pour le TER nous avons, suite à un premier entretien, décidé de consulter le géographe Luc Gwiazdzinski, qui dirigeait la Maison du Temps de la Mobilité de Belfort et qui a aujourd'hui fondé son agence de conseils et d'étude, l'agence Sherpaa, basée à Strasbourg.

La DTP a voulu connaître les apports possibles de l'agence Sherpaa sur la thématique de la nuit urbaine, thème phare des différents travaux de Luc Gwiazdzinski. Nous avons associé en parallèle la DDTER Lorraine afin de profiter de ses compétences pour une concrétisation de l'enjeu dans l'agglomération de Nancy.

Suite à une réunion entre l'agence Sherpaa, la DDTER Lorraine et la DTP, nous avons cherché à trouver des pistes possibles de collaboration avec l'agence.

Luc Gwiazdzinski nous a exposé sa vision d'une démarche complète possible à réaliser pour bien appréhender les enjeux de notre thème. Il nous a ainsi proposer de :

- dresser un état des lieux des besoins et de la situation actuelle de la nuit en France et au niveau européen,
- analyser, dans une optique de benchmark, ce qui se fait dans les villes du même dimensionnement que Nancy,
- mettre en place des séminaires et ateliers de nuit à Nancy, avec les différents acteurs concernés pour dresser un diagnostic partagé sur l'historique de la nuit, ses enjeux, ses perspectives etc. Les publics concernés pourraient être des sociologues, scientifiques, politiques, universitaires et professionnels des transports,
- réaliser une enquête qualitative sur les acteurs de la nuit, traditionnels ou émergents, à Nancy ainsi que dans un territoire plus large,
- s'intéresser à d'autres espaces urbains en développement, étudier les attractivités et les retombées des évènements nocturnes etc.

Il est de ce fait nécessaire d'associer les décideurs en amont d'une démarche de ce type, afin de crédibiliser l'enjeu de la nuit et d'avoir un appui pour la pérennité de l'étude et ses conclusions possibles.
Quel que soit l'intérêt d'une démarche de ce type, seule à même de permettre une concrétisation de la réponse aux enjeux proposés, La Direction du Transport Public resitue sa démarche en amont de ce travail : elle a pour but de convaincre que la nuit est un enjeu pour le transport public, en renforçant ses arguments, puis par la réalisation de ce type d'études en aval. Il s'agit de rendre l'enjeu crédible et de confirmer le besoin de réalisation de démarches complètes et plus fouillées.

Dans ce cadre et au travers des échanges entre la DTP, la DDTER Lorraine et l'agence Sherpaa, 3 étapes majeures pour un partenariat ont émergé.

1ère étape :
Prise de conseil auprès de l'agence : renforcement de la preuve de la nuit comme enjeu majeur pour le transport public dans 10 ans. La DTP recherche ici une assistance plus universitaire que concrète sur ce thème : état des lieux et enjeux prospectifs du transport régional nocturne de voyageurs, perçus par Luc Gwiazdzinski et les professionnels de l'agence Sherpaa.
Il s'agit en fait de dresser un panorama et de sortir les évolutions majeures à venir pour la mobilité nocturne dans les décennies à venir afin de prouver que la nuit est un marché en émergence, posant des problématiques réelles pour les transporteurs.

2ème étape :
La deuxième étape consisterait en l'analyse des potentiels, des mutations à venir sur une agglomération moyenne du type Nancy. La démarche citée ci-dessus pourrait alors être déclenchée, les produits de sortie attendus étant la définition à moyen et long terme d'un système de transport TER de nuit, avec les dessertes, tarifications et services associés.

3ème étape :
Il s'agirait plus probablement de mener une étude mobilité nocturne et diurne sur les nouveaux territoires en expansion (Belval…) au sein d'une région. Tenant compte des mobilités nocturnes mais étudiant aussi tous les autres enjeux, cette étape serait une globalisation concrète de la démarche de prospective. Très ancrée dans la problématique régionale, et ayant valeur à s'appliquer uniquement en local (même si ces enseignements pourront donner des indications pour d'autres bassins émergents), la démarche se doit d'être pilotée en local, par la DDTER.

La Direction du Transport Public a bien rappelé, dans sa proposition de partenariat avec Sherpaa, le cadre de ses attentes dans lequel la réponse doit s'insérer. Il s'agit bien de donner un éclairage prospectif (donc pas uniquement fondé sur un constat et un état des lieux) des enjeux pour la mobilité nocturne du périmètre des transports régionaux de voyageurs. Il est donc nécessaire de sortir des champs d'études ou de prévisions du cadre urbain. Le transport régional de voyageurs, tous modes, a une distance moyenne d'action de 30 km, supérieure pour le TER dont de nombreuses OD peuvent atteindre plus de 150 voire 200 km. Même si l'ancrage par l'exemple se fait autour d'une ville, il est indispensable se saisir les enjeux de la mobilité périurbaine, périurbaine élargie et des relations avec les agglomérations qui l'entourent.

2.2 Demande de devis de prestation

Les échanges établis avec l'agence Sherpaa nous ont permis de mieux définir nos possibilités de renforcer nos connaissances de l'enjeu de la nuit et de positionner notre démarche de manière plus concrète et adaptée à des évolutions territoriales précises, comme sur Nancy, puis à d'autres espaces de vie.
Dans un premier temps, nous souhaitons obtenir de Sherpaa un devis de prestation de conseil. Fondé sur une démarche plutôt scientifique, le travail demandé représente une synthèse des enjeux perçus de la nuit pour la mobilité.

L'état des lieux pourra être rapide car ce sont plus particulièrement les enjeux prospectifs et les évolutions identifiées ou possibles qu'il nous intéresse de mettre en exergue. Illustré éventuellement de travaux déjà réalisés sur Nancy ou d'autres territoires, il s'agit de mettre en avant les évolutions clés d'évolutions sociétales, politiques, économiques et territoriales, et leur implication sur la demande de transport régional de nuit. Le dimensionnement de l'analyse proposée pourra être décrite en fonction des travaux déjà existants (études sur Nancy ou autres

études sur la nuit), ainsi que du champ d'expertise que Sherpaa peut couvrir dans un document rendu sous forme de recueil analytique et prospectif.
La proposition peut présenter deux aspects : une étude la plus fouillée possible sur la nuit et une version plus légère et moins dimensionnée.
La première phase de l'étude en elle-même est demandée pour fin octobre 2006.

2. Etude Qualitative : ressenti, vécu et perspectives des mobilités nocturnes dans une agglomération moyenne Nancy

Nous avons émis le besoin de réaliser une étude sur le ressenti de la nuit, la manière dont elle est exploitée par les personnes, clients TER ou non et leurs perceptions des déplacements de nuit.
L'objectif est de connaître et de comprendre les perceptions et les représentations de la nuit, les freins et motivations à sortir la nuit, à travailler de nuit, le ressenti en termes de déplacements, de services offerts, les besoins et attentes concernant les transports publics et les représentations de la notion de sécurité et les risques associés spécifiques à la nuit. Le tout afin de cibler les attentes, les craintes associées à la nuit, le type de service à mettre en place et le potentiel de vie nocturne, aujourd'hui et dans les 10, 15 années à venir dans une agglomération moyenne de type Nancy.

La difficulté de l'étude tient du fait qu'elle est lancée dans le cadre d'une démarche prospective et qu'elle ne doit pas rester figée dans le présent. Il convient d'élargir les questions en leur donnant un aspect prospectif et d'avenir afin de mettre en avant ce que sera, selon les personnes interrogées, le devenir de la nuit et sa place dans l'économie urbaine à long terme.

3.1 Aspects méthodologiques d'une étude qualitative

L'étude qualitative ou enquête de motivation consiste à déterminer indirectement les freins ou motivations inconscientes du consommateur par interprétation. Elle vise à questionner de façon approfondie un nombre restreint de consommateurs afin de connaître non seulement leurs besoins mais aussi et surtout leurs comportements, leurs attitudes, leurs motivations et leurs freins.

L'objectif d'une étude qualitative est de comprendre le « pourquoi » du comportement en allant au-delà des opinions de premier niveau et des discours stéréotypés, socialement consensuels ou valorisants pour analyser en profondeur les motivations, les freins et leur « résultante ». Les méthodes qualitatives sont particulièrement bien appropriée pour l'étude des opinions, des comportements et des pratiques des individus, et se justifient donc pleinement pour l'étude des usages. Elles permettent de les comprendre du point de vue des usagers, de se familiariser avec son environnement, ses pratiques, ses besoins, en prenant en compte les contextes propres à chacun. Les études qualitatives « ont pour fonction de comprendre plus que de décrire systématiquement ou de mesurer[14] ». C'est-à-dire rendre intelligible, en se donnant les moyens de connaître la complexité subjective d'un individu dans un contexte particulier. C'est la raison pour laquelle la

[14] Vincent Kaufmann, 1996

recherche de la représentativité statistique a peu de sens dans les études qualitatives qui doivent au contraire des méthodes quantitatives privilégier la variété.

Comportement	Actions, façons d'être et d'agir observables extérieurement
Attitude	Disposition relativement stable à percevoir, ressentir, agir en fonction d'une situation donnée
Motivation/frein	Tension intérieure prédisposant à certains sentiments ou actions, pour satisfaire un besoin ou une aspiration.

a - Caractéristiques d'une étude qualitative

L'étude qualitative se distingue de l'étude quantitative, qui elle permet d'interroger brièvement un nombre important de personnes pour décrire un comportement ou dimensionner un marché. L'étude quantitative ne s'attache en aucun cas à comprendre ou expliquer un comportement.

Tableau 6 : Critères de comparaison Enquête qualitative / Enquête quantitative

Critères	Etude qualitative	Etude quantitative
Objectifs	Expliquer les motivations profondes Identification de facteurs	Expliquer un comportement, des opinions Quantification
Techniques d'investigation habituelles	Entretiens en face à face, groupes, tests projectifs	Etudes documentaires Recensement Sondage, panel
Thèmes étudiés	Motivations Image Attitudes Intentions	Qui ? où ? combien ? a quelle fréquence ? à quelle occasion ?
Echantillon	Petits (- de 50 personnes) Groupes contrastés	De 200 à plusieurs milliers de personnes Echantillon représentatif
Type de questions	Questions ouvertes, débats	Questions fermées
Qualité recherchée	Subjectivité Sincérité Variété des réponses	Objectivité Précision Représentativité
Présentation des résultats	Chiffrée avec expression synthétique des résultats	Chiffrée, avec souci de validité statistique des résultats

b - Techniques d'études qualitatives

Deux méthodes sont possibles le plus souvent pour la réalisation d'études qualitatives. Les entretiens individuels approfondis ou les réunions de groupe (les deux pouvant être combinés au sein de la même étude).

Entretiens individuel : Ils sont favorisés pour avoir une idée de la perception vraiment personnelle de la personne interrogée. On recherche en détail les comportements réels et on cherche à éviter les interactions. L'exercice de projection y est difficile.

Réunions de groupes : Ils sont favorisés pour leurs aspects plus « créatifs ». Ils ne permettent pas de retour sur l'expérience individuelle mais permettent plus facilement les exercices de projection. On y recherche l'interaction et la synergie de groupe, des idées (rebond d'une personne à l'autre) et les réunions de groupe sont adaptées à l'étude des comportements sociaux à l'égard de la consommation. Les biais peuvent être plus fréquents, notamment avec le problème des leaders qui peuvent monopoliser et figer la réunion de groupe autour de leur perception personnelle de l'enjeu.

Le recrutement des personnes interrogées reste très précis. Il s'agit de recruter un ensemble contrasté d'individus, selon des quotas simples en liaison avec la problématique étudiée.

Les critères entrant en compte dans le cadre de notre étude qualitative sont :

- âge
- sexe
- catégorie socio professionnelle
- origine géographique
- habitude modale
- motif et fréquence de déplacement
- □

c - La conception du questionnaire

La conception du questionnaire repose sur la qualité des questions. Elles doivent être compréhensibles avec un vocabulaire compris par toute la cible, reprenant le langage du consommateur et non pas du producteur et avec un énoncé clair (pas de double négation etc.). Il faut aussi veiller à la neutralité des questions, en évitant par exemple l'induction d'éléments péjoratifs ou de réponses types, et à leur précision (définitions des concepts, des mots clés au préalable).

Le questionnaire suit généralement un ordre classique en entonnoir, du plus général au plus particulier.

Ainsi, dans le cadre de notre étude, nous partons de la nuit en général, pour finir sur les systèmes de transports nocturnes :

CADRE GENERAL DE LA NUIT

ACTIVITES DE NUIT

MODE DE VIE PERSONNEL ASSOCIE À LA NUIT

ETAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DE LA NUIT

MOBILITES NOCTURNES ET TYPE DE DEPLACEMENT

SYSTEMES DE TRANSPORTS NOCTURNES ENVISAGEABLES

3.2 Contexte et enjeux de l'étude sur Nancy

L'objectif de la prestation est de dresser un bilan prospectif du marché potentiel de la nuit pour le transport régional : comprendre les représentations et vécus de la nuit d'une part et les représentations et le ressenti des différents modes de déplacements et des déplacements nocturnes d'autre part.
La difficulté de cette étude est que son objectif principal est de nous renseigner sur l'avenir de la nuit selon les personnes interrogées et il a été important de bien mettre en avant l'aspect prospectif de l'étude afin que les sociétés d'études intègrent bien cette notion, l'étude qualitative ne devant pas aboutir uniquement à un état des lieux du vécu de la nuit en agglomération moyenne.

Les enjeux de l'étude sont de :

- dresser un bilan d'image actuel et prospectif du marché potentiel de la nuit pour le TER (élargissement des horaires de service en soirée, voire de nuit)
- avoir une vision d'ensemble du ressenti et de la représentation de la nuit pour la population cible interrogée : usages, problématiques associées, intérêt etc., aujourd'hui et demain (intuitions, imaginaire, attentes).
- Définir les attentes de la clientèle quant à une possible offre TER nocturne ainsi que leurs perceptions relatives à la nuit et aux mobilités nocturnes.

L'enjeu de ce thème de réflexion est de montrer dans quelle mesure la nuit pourrait être un enjeu de développement pour le transport régional dans les années à venir, quel est le potentiel de développement du TER la nuit dans les agglomérations moyennes, avec comme territoire d'expérimentation, l'agglomération de Nancy.

En illustration concrète et pour adapter nos recherches à l'échelle d'une agglomération en développement, nous avons choisi de faire réaliser ces travaux sur une ville comme Nancy.

Nous avons construit le cahier des charges sous la forme d'un guide d'entretien afin de bien situer les sociétés d'études sur nos attentes.
Il est construit en 3 parties, chaque partie correspondant à un aspect de notre besoin :
A. Perceptions et pratiques associées à la nuit
B. Perspectives d'évolution de la nuit dans 10, 15 ans
C. Attitudes, pratiques et besoins envers les déplacements nocturnes

Les entretiens se dérouleront de la façon suivante :

A. Perceptions et pratiques associées à la nuit

Sensations, état d'esprit, ambiance, référence
Type de nuit (distinction semaine, week-end)
Les différents moments de la nuit (distinction soirée, nuit)
Motivations et freins à sortir la nuit
Activités spécifiques pratiquées
Comparaison avec le jour
Le rapport de chacun à la nuit
Les besoins la nuit en termes de services et commerces, quelles sont les attentes de la cible interrogée ?
Le travail de nuit : point de vue, choix ou non

B. Perspectives d'évolution de la nuit dans 10, 15 ans

Retour 15 ans en arrière
Etat des lieux actuel
Changements ayant pu avoir un impact sur la vision personnelle de la nuit

Quelle nuit à Nancy ?
Services, commerces disponibles de nuit
Evénements nocturnes particuliers ? Participation ?

Evolution de la nuit dans les 10/15 prochaines années
Comment les activités de nuit vont-elles évoluer ?
De quoi aura-t-on besoin ?
Comment répondre à ces nouveaux besoins
L'avenir du travail de nuit

C. Attitudes, pratiques et besoins envers les déplacements nocturnes

Quel moyen de transport ? Pourquoi ? Qu'est ce qui motive ce choix ?
Quelle fréquence de déplacement la nuit ?

Quel état d'esprit dans les TP la nuit ? Par rapport au jour ?
Quelles sont les possibilités de TP de nuit disponibles aujourd'hui ?
Expérience en TP après 21/22h ? Quel ressenti ?
Freins et motivations à l'utilisation des TP la nuit

Quelles améliorations/ actions à mettre en place ?
Sur quelles thématiques les attentes s'orientent en priorité ?
Quelles optimisations ?
Création idéale du transport public de nuit
Réactions à deux concepts : TAD et transport évènementiel

3.3 Eléments de la prestation

Nous attendons de l'étude qu'elle réponde point par point aux objectifs énumérés dans le cahier des charges, sous forme de résultats détaillés avec verbatim.
Les conclusions mettront en lumière les représentations et les pratiques associées à la nuit aujourd'hui et dans une vision prospective, ainsi que les leviers et freins d'utilisations des transports publics pour les déplacements en soirée comme de nuit, et ce pour chacune des populations interrogées (en fonction des âges et des motifs de déplacements nocturnes).
Les recommandations de la société choisie porteront sur des propositions d'optimisation des transports en commun, en vue d'améliorer leur appropriation nocturne par les utilisateurs ou non utilisateurs.

a - Déroulement de l'étude

Au regard des deux propositions techniques reçues, l'offre de la société choisie est celle correspondant le plus à nos attentes, notamment en ce qui concerne l'objectif prospectif de l'étude.
La société choisie a fait une proposition reprenant clairement nos objectifs, les reformulant et y apportant des propositions supplémentaires, autour de différentes options à choisir.
Il nous a été proposé de diviser l'étude en deux parties, avec un volet « experts » et un volet « réunions de groupes ».

Le premier volet de l'étude consiste en trois entretiens en face à face de 1h30 auprès d'experts concernés par la problématique de l'évolution des déplacements nocturnes et de l'intégration des transports publics au sein de cette évolution.

Ces entretiens d'experts permettront d'enrichir la réflexion liée à la démarche prospective de l'étude afin d'affiner les hypothèses et les schémas d'évolution, notamment pour la construction du guide d'animation.
L'objectif, en plus de l'apport que cela pourra fournir à notre étude est d'élargir les perspectives d'évolution d'ici une quinzaine d'années, pour ne pas être rester limité par les contraintes et blocages évoqués par les voyageurs lambda et de pouvoir ensuite, lors des entretiens de groupe, contextualiser au mieux auprès des participants, des pistes d'évolution envisageables.

Pour le volet 2, seront interrogés 3 groupes de 7 à 8 participants, d'une durée de 3h30 chacun. La méthode des groupes permet d'assurer, via la dynamique de groupe, l'approfondissement de tous les points de l'étude, et en particulier ceux liés aux objectifs d'optimisation et à la démarche prospective de l'étude.

Les groupes seront constitués en fonction des âges, avec 3 classes d'âge, 18-25 ans, 26-40 ans et 41-65 ans. Nous considérons qu'il est important de ne pas mélanger les classes d'âges au sein d'un même groupe. En effet, à ces différentes tranches d'âge peuvent correspondre des modes de vie et des modes de déplacement très différents (étudiant vs vie active, indépendance financière, conditions tarifaires spécifiques…). Constituer un groupe avec des participants appartenant à des tranches d'âge différentes risquerait d'entraîner des phénomènes d'inhibition ou de retrait par rapport au groupe et pourrait ainsi enrayer une bonne dynamique collective.

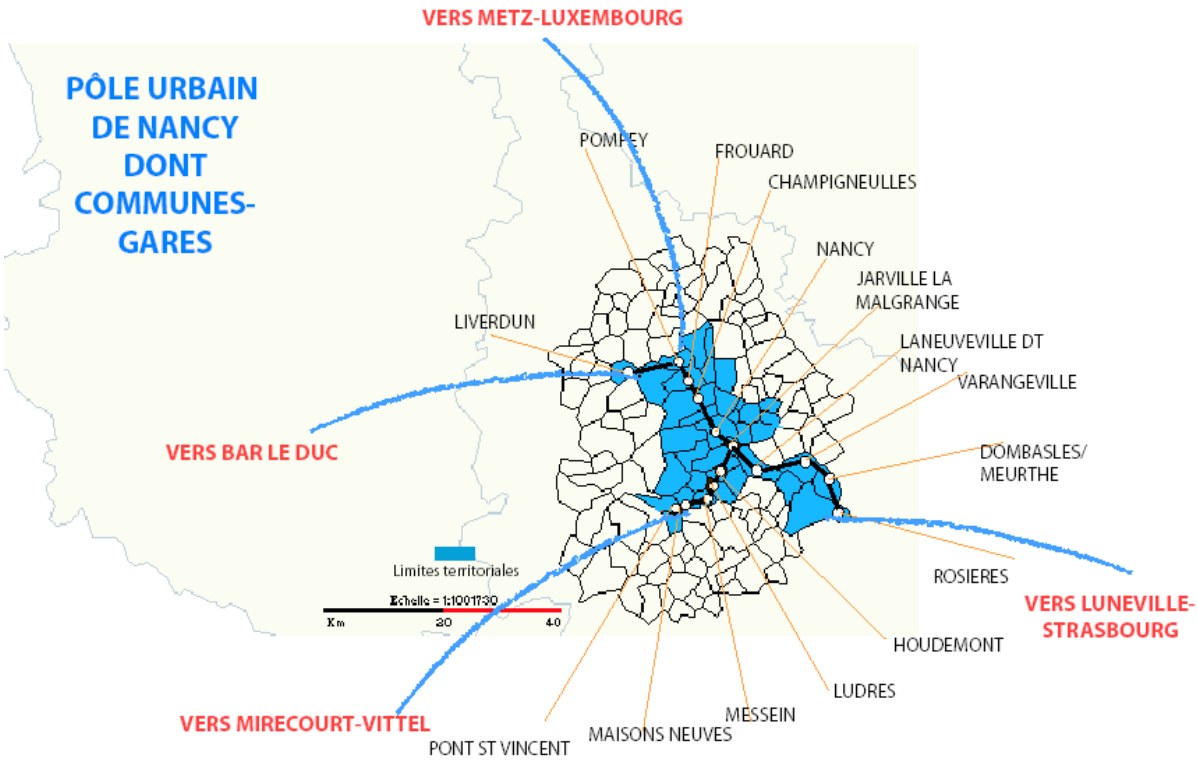
Au-delà de cette répartition par âge, les groupes seront hétérogènes quant au sexe, motifs et fréquences de déplacements nocturnes, origine géographique et habitude modale.

Tableau 7 : Constitution des 3 groupes d□enquête, échantillon et justification

Critères	Echantillon	Justification
Sexe	½ hommes ½ femmes	Il nous paraît essentiel de rencontrer des hommes et des femmes au sein de chaque groupe, le rapport à la sécurité étant complètement différent.
Origine géographique	Habitants dans la périphérie de la ville et en banlieue □en dehors du périmètre de transport urbain (réseau STAN) □de la ville de Nancy	Notre échantillon de population interrogée doit être des personnes potentiellement clients de l□offre TER, ou n□ayant pas accès aux transports urbains de l□agglomération. Nous n□aurions aucun intérêt à interroger des personnes habitant en centre ville et donc nullement concernées par le transport régional
Motifs et fréquences de déplacement	2/3 se déplaçant pour des raisons professionnelles, fréquences assez importantes (3 à 4 fois/semaine) 1/3 se déplaçant pour des raisons privé loisirs, fréquences variées	Nous voulons avoir une sur représentativité des motifs DT, car ils représentent le potentiel le plus important pour le devenir du TP. De plus, ces personnes seront aussi capables de parler de leurs besoins de déplacements à titre privé.
CSP	Secteur des services aux entreprises Secteur de la restauration CSP diverses Etudiants	Les actifs DT seront issus pour moitié du secteur des services aux entreprises et du secteur de la restauration Les actifs privé loisirs seront recrutés sans CSP précise et pour le groupe des 18-25 ans seront interrogés des étudiants. La représentativité des métiers de services, de restauration et de loisirs permet d□intégrer la potentialité d□horaires décalés.

Habitude modale	½ utilisateurs fréquents des TP ½ utilisateurs occasionnels des TP	Pour rester dans une cible potentielle de clientèle TER, nous ne voulons pas d'utilisateurs exclusif VP, ni de captifs TP. Les personnes interrogées devront avoir emprunté les TP au moins une fois au cours des 6 derniers mois. Le but de l'étude étant de définir le potentiel d'utilisation du TP la nuit, il n'est pas intéressant pour l'étude d'interroger des personnes réfractaires au TP, mais bien des personnes ayant recours aux deux modes de transport (TP et VP) pour bien comprendre comment se fait l'arbitrage entre les deux et comment faire pencher la balance vers le mode TP.

Carte 3 : Communes de la Communauté Urbaine du Grand Nancy retenues pour le recrutement de enquêtés



Source : DDTER Lorraine, Département marketing, août 2006

De plus, pour le guide d'entretien classique destiné aux réunions de groupe, la société choisie a été force de proposition, notamment concernant la partie prospective, en nous proposant un retour en arrière de la nuit en milieu urbain (« comment c'était la nuit il y a 15 ans ? »), puis un état des lieux actuel. L'avenir de la nuit découlera ainsi des deux premières phases et il nous semble que les personnes interrogées, percevront mieux le caractère prospectif des questions si l'on organise le questionnaire en trois parties : passé, présent, avenir.

b - Planning prévisionnel

Le planning prévisionnel est le suivant :

Volet 1 :

- recrutement des experts du 28 août au 1er septembre
- envoi du guide d'entretien le 29 août pour validation le 1er septembre
- réalisation des terrains les 4, 5 et 6 septembre

Volet 2 :

- recrutement des participants du 4 au 9 septembre
- envoi du guide d'animation le 8 septembre pour validation le 11 septembre
- réalisation des terrains les 12, 13 et 14 septembre à Nancy

Volet 1 et 2 :

- analyse du 15 au 24 septembre
- Présentation définitive et remise du rapport final le 25 septembre

3.4 Difficultés liées à l'étude et limites d'une méthode qualitative

La principale difficulté liée à l'étude reste les courts délais dont nous avons disposé pour mettre définir l'objectif de l'étude, mettre en place un cahier des charges clair et précis, en soulignant et en insistant sur le fait que l'objectif principal de l'étude est d'avoir une vision à quelques années de l'évolution de la nuit en agglomération moyenne.
La demande d'achat d'étude est passée en appel d'offre accélérée, après justification de notre manque de temps et nous n'avons pu interroger que deux sociétés. Ces sociétés ont été sollicitées pour notre étude qualitative car ce sont des sociétés qui travaillent régulièrement en qualitatif avec la SNCF et elles pouvaient répondre à nos délais très courts.
Notre choix a été sans équivoque, à la vue de la qualité de la proposition technique et du prix de la prestation de l'une des sociétés.

Après plusieurs entretiens, nous avons reprécisé le guide d'entretien avec les chargés d'études de la société, sui ont su nous guider et nous faire des propositions intéressantes pour améliorer les résultats de ce travail.

La même étude sera menée à Lyon, à partir d'octobre 2006, à la suite directe de Nancy. À la vue des délais nous n'avons pas pu demander à la société de mener en parallèle les entretiens à Nancy et à Lyon.
Les résultats de l'enquête Lyon, nous permettrons d'avoir une vision de la nuit dans une agglomération bien plus dimensionnée, aux caractéristiques plus roches de la capitale, afin de voir si l'émergence de la nuit et les évolutions de mode de vie ne sont le fait que de quelques agglomérations majeures, où si l'ensemble des agglomérations françaises vont suivre les grandes tendances, déjà présentes en région parisienne.

Les études qualitatives sont souvent dévalorisées par rapport aux enquêtes quantitatives du fait de leur faible échantillon de personnes interrogées et de la grande subjectivité des réponses.
L'un des reproches courants mentionné envers les études qualitatives est le fait que le discours recueilli ne constitue pas une base légitime de connaissance des pratiques. Il existe un écart entre le discours d'un individu sur ses pratiques et la réalité des pratiques décrites et le contexte dans lequel se déroule une enquête qualitative peut avoir un effet majeur sur cette différenciation.

Il est possible d'éviter en partie ce biais, inhérent à la pratique de l'entretien classique, individuel ou en groupe, grâce à une certaine maîtrise de ce type d'enquête mais aussi grâce à l'utilisation en parallèle d'autres méthodes qualitatives. Ce qui fait l'intérêt de ces méthodes est aussi une de leurs limites principales : il faut du temps pour s'imprégner d'un contexte tout en recevant un discours qui n'est qu'une partie de ce qu'il décrit. L'utilisation de ce type d'étude permet ainsi une certaine flexibilité et une grande richesse des résultats.

Résultats et Conclusions

Ces six mois passés au sein de la Direction du Transport Public de la SNCF m'ont permis d'acquérir une expérience significative dans le domaine des études appliquées au transport régional.
J'ai été impliqué dans une démarche novatrice pour la Branche Transport Public, d'un grand intérêt pour l'avenir du transport régional, avec ses difficultés de mise en place et ses limites d'application.

Les plus grandes difficultés rencontrées restent les délais, qui suite à une longue mise en place de mon sujet de recherche sur la nuit, ont retardé le lancement de l'étude qualitative et du partenariat avec l'agence Sherpaa. De ce fait, les résultats de l'étude ne sont pas disponibles au sein du rapport, les dates d'échéance étant la fin septembre 2006.

Il est important de souligner que ce travail de recherche est une première étape qui vise à crédibiliser le marché de la nuit auprès des décideurs de la Branche Transport Public, afin de pouvoir se lancer, selon les conclusions dans l'étude, dans un projet de TER nocturne, qui serait novateur pour le transport régional. L'étude Prospective, et tous les sujets qui peuvent y être intégrés, doivent être intégrés en amont de la stratégie, afin de la guider et de l'orienter vers de nouvelles possibilités d'actions.

Les enseignements reçus au cours du Master TURP m'auront été d'une grande utilité, concernant les problématiques relatives aux transports publics et à la connaissance de l'organisation de la SNCF et de ses enjeux.

Table des illustrations

Tableau 1 : Chiffre d'affaire et résultats courant 2005 par branche d'activité 6
Carte 1: Les 20 Activités TER SNCF 6
Tableau 2 : Rôle et missions du département Marketing au sein de la DTP 8
Tableau 3 : Bilan des lignes régionales en chiffre d'affaire et trafic de 1996 à 2004 10
Tableau 4 : Bilan et évolutions des recettes TER de 1996 à 2004.....10
Figure 1 : Enquête Emploi, 1991, 2002, Insee 27
Tableau 5 : Les professions où le travail de nuit est le plus fréquent, en pourcentage de la Population Active.....27
Figure 2 : Répartition de la clientèle Noctilien par motif de déplacement..... 35
Figure 3 : Evolution et comparaison de l'emploi dans le sud Meurthe et Moselle et le Grand Nancy 40
Carte 2 : La Communauté Urbaine du Grand Nancy 41
Tableau 6 : Critères de comparaison Enquête qualitative / Enquête quantitative 45
Tableau 7 : Constitution des 3 groupes d'enquête, échantillon et justification.....51
Carte 3 : Communes de la Communauté Urbaine du Grand Nancy retenues pour le recrutement de enquêtés 52

Annexes

Annexe 1 : Cahier des charges étude qualitative

Annexe 1 : Cahier des Charges de l'étude qualitative « Ressenti, vécus et perspectives des mobilités nocturnes dans une agglomération moyenne, Nancy »

SNCF – Direction du Transport Public
Département Marketing
Pôle Marché – Dessertes
Etude Transport Public à 10 ans
Juillet 2006

ETUDE QUALITATIVE
Ressenti, vécu et perspectives des mobilités nocturnes dans une agglomération moyenne, Nancy

1. Contexte de l'étude TP à 10 ans
2. Les enjeux des mobilités nocturnes
3. Objectifs de la prestation
4. Méthodologie
5. Résultats attendus
6. Délais
7. Remarque

Les enjeux des mobilités nocturnes

Dans un second temps, dans le cadre de l'évolution de la mobilité, thème central et prioritaire pour l'avenir du Transport Public, la DTP a choisi d'explorer l'enjeu des mobilités nocturnes et de l'essor de la nuit afin de montrer qu'elle peut être une opportunité de développement pour le TER.

L'enjeu de ce thème de réflexion est de montrer dans quelle mesure la nuit pourrait être un enjeu de développement pour le transport régional dans les années à venir, quel est le potentiel de développement du TER la nuit dans les agglomérations moyennes, avec comme territoire d'expérimentation, l'agglomération de Nancy.

Objectifs de la prestation

Cette étude a pour but de dresser un bilan prospectif du marché potentiel de la nuit pour le TER : comprendre les représentations et vécus de la nuit d'une part et les représentations et le ressenti des différents modes de déplacements et des déplacements nocturnes d'autre part.
Le caractère particulier de cette étude est que la démarche « TP à 10 ans » est une étude prospective, qui se veut tournée vers l'avenir.
Il est important de mettre au point un guide d'entretien dégageant une vision tournée vers l'avenir.

A noter que la nuit dans son acceptation large, débute vers 21h pour se finir vers 5h du matin. Elle comprend ici la soirée.

1. Le cadre général de la nuit : définition et représentation personnelle

Dans un premier temps cette étude à pour but de dresser un panorama suggestif de ce qu'est et ce que représente la nuit (et la soirée) pour l'échantillon de personnes interrogées. Il convient donc de mettre en valeur quelles sont les bornes de la nuit, quelle est sa définition, les pratiques qui y sont associées ainsi que le ressenti des personnes interrogées concernant l'essor de cet espace-temps et les activités qui y sont de plus en plus associées. Ce premier point cherche à définir si oui ou non la nuit est un territoire à investir pour les pouvoirs publics et en particulier pour nous en tant qu'entreprise de transport. Les personnes interrogées ont-elles un intérêt particulier pour la nuit ou est-ce une période en rupture avec le jour synonyme de non activités et de repos ? Existe-t-il un réel potentiel de développement pour la nuit ou est-ce un espace temps laissé au bon vouloir de chacun, sans organisation et sans finalité particulière ?

Les questions suivantes pourront servir de base d'orientation pour l'élaboration du guide d'entretien :

Définition de la nuit :
Par des questions indirectes, faire en sorte que les personnes définissent la nuit (à quelle heure commence-t-elle, rupture entre le jour et la soirée, la soirée et la nuit).
Qu'est ce que représente la nuit pour vous, que vous évoque-t-elle ? Pourriez-vous la symboliser en un mot ?
Quels types d'activités ou de pratiques sont spécifiques à la nuit ? Comment s'organise la nuit ? Peut-on la séquencer en différentes périodes ?
Comment définiriez-vous l'ambiance de la ville la nuit ? Est-elle différente de la journée ?
Pour vous, la nuit est-elle synonyme de liberté, de loisirs ? De repos ? D'insécurité ?

Représentations et pratiques nocturnes personnelles :
Quel est votre usage personnel de la nuit ? La nuit a-t-elle toujours eu la même place dans votre vie ?
Estimez-vous vivre la nuit ou le jour ? A quels types d'activités et de sentiments renvoie-t-elle ?
Quels sont vos besoins et attentes de nuit ? Avez-vous des craintes spécifiques la nuit ? Est-ce un territoire exploré par les personnes interrogées et un temps dont ils profitent ?
Quelles sont les activités spécifiques à la nuit ? Quelles sont vos activités la nuit ?
Que pensez-vous du travail de nuit ? Seriez-vous prêts à travailler de nuit, en horaires décalés ?
La nuit est elle synonyme de modernité urbaine ?

2. Perspectives de développement de la nuit

Cette étude sur les mobilités nocturnes est faite dans le cadre d'une démarche prospective. Nous cherchons donc à savoir qu'elle est la représentation de la nuit pour la population cible dans 10/15 ans. Il est donc nécessaire d'ouvrir la discussion autour de leur vision de la nuit à l'avenir.
Cet aspect de l'étude est à finaliser avec le prestataire pour bien définir comment orienter le discours des personnes interrogées vers l'avenir, quelles sont les méthodes possibles pour ouvrir le dialogue etc.
Cette partie vise aussi à cerner l'intérêt que porte les personnes interrogées aux actions des pouvoirs publics en ce qui concerne les aménagements nocturnes et les services mis en place dédiés spécifiquement à la nuit. Ici nous cherchons à savoir si l'échantillon interrogé est sensible ou non aux actions mises en place afin de mettre la soirée et la nuit en valeur.

Intérêt porté pour la nuit:
Avez-vous remarqué une évolution des activités la nuit ces dernières années ? Constatez-vous dans votre ville un développement des activités ou des projets liés à la nuit ?
Avez-vous modifié vos usages et vos pratiques de la nuit ?
Constatez-vous dans votre ville le développement d'activités ou de projets liées à la nuit ?

Perspectives :
Selon vous, les activités diurnes vont-elles continuer à gagner la nuit ?
Etes-vous favorables aux actions des pouvoirs publics visant à développer l'économie de la nuit ?
Faut-il encourager le développement des activités la nuit ?

Quelle est votre image de la nuit dans les grandes agglomérations dans 10, 15 ans ?

3. Mobilités nocturnes : perception et besoins de déplacement la nuit

Les questions suivantes doivent nous éclairer concernant les pratiques de déplacements nocturnes, la perception des transports collectifs la nuit, les limites des déplacements nocturnes et les motifs de ceux-ci. Elle doit mettre en avant les problématiques liées aux transports collectifs la nuit, définir les critères à partir desquels s'effectuent les choix modaux des déplacements nocturnes et montrer en quoi la nuit renforce l'usage de la voiture.
Les groupes pourront être constitués en fonction des habitudes de chacun quant à la nuit, des motifs de déplacements nocturnes et à savoir s'ils se déplacent ou en voiture ou en transports en commun.

Avez-vous déjà emprunter les transports publics après 21/22h ?
Quel était votre sentiment ? Avez-vous été satisfait du service rendu ?
Si non, pourquoi n'empruntez vous pas les transports publics la nuit ? Question d'image, de peur, de crainte, de notoriété ?

Il s'agit aussi de faire ressortir les besoins ressentis spécifiquement de nuit, les préconisations et suggestions des personnes interrogées à l'égard des acteurs des transports publics. Il serait intéressant aussi de voir dans quelle mesure les attentes diffèrent selon les motifs et les circonstances de sortie nocturne (privé loisirs, travail).

Avez-vous des suggestions sur les services de mobilités nocturnes ?
Quels sont vos freins et motivations à l'utilisation des transports publics la nuit ?
Quel type de service offert vous ferait abandonner votre voiture pour prendre les transports collectifs la nuit ?
Quelles sont vos craintes en ce qui concerne le TP la nuit ? Auriez-vous des propositions en termes de sécurité dans les transports collectifs la nuit ?
Quelles sont vos attentes en terme d'offre, de fréquence, de services ? Transport à la demande, bus, train, centrale d'appel, transport évènementiel…
Quel tarif seriez vous prêt à payer pour un service de transport nocturne (par rapport à la journée) ?
Train ou Bus : Vous sentiriez vous plus en sécurité dans un mode de transport collectif en particulier ?
Quels sont vos critères de satisfaction principaux concernant un service de transport de soirée ou nocturne ?

Méthodologie

Type de sondage :
Entre 20 et 30 personnes, pour former 3 groupes de travail d'environ 8 personnes ou 2 groupes plus 7 ou 8 personnes en entretien personnel (proposition laissée à l'appréciation du prestataire).
Les groupes seront hétérogènes en fonction des cibles de population visées.

Sexe :
Moitié homme et femme

Age :
3 classes de 18 à 55 ans : 18-25/25-40/40-65, chaque classe étant représentée dans les différents groupes.

CSP :
Avoir une représentativité des métiers des secteurs des services aux entreprises et de la restauration/ loisirs pour la potentialité d'horaires décalés, des étudiants et des actifs sans préférence pour le niveau de CSP.
Chaque groupe de travail doit être représenté par l'ensemble de ces catégories (un tiers de chaque).

Lieu de résidence :

Habitants de la périphérie de la ville centre et en banlieue, pas d'habitants du centre ville. La localisation résidentielle des personnes interrogées doit se faire au-delà du périmètre de transport urbain (réseau STAN) de la ville de Nancy.

Habitude modale :
Utilisateurs Transport Public et automobilistes, pas d'exclusif TP

Le prestataire proposera en option la réalisation de la même étude dans une agglomération plus dimensionnée telle que Lyon par exemple.

Le prestataire devra être force de proposition en matière méthodologique pour atteindre les objectifs définis.

Résultats attendus

Le prestataire aura a sa charge le recrutement, la conception du guide d'entretien, l'organisation pratique des réunions de groupe ainsi que l'animation et l'analyse des résultats.

Les résultats de l'étude feront l'objet d'une présentation orale dans les locaux de la SNCF.

L'intégralité des résultats sera disponible sous format informatique et sous format papier, comprenant une synthèse écrite des principaux enseignements.

Le commanditaire devra pouvoir assister aux réunions de groupe.

Délais

La proposition devra être fournie pour la mi-août, pour des entretiens réalisables début septembre et une restitution des résultats fin septembre.

Remarque

Cette étude qualitative se veut un état des lieux de la représentation de la nuit pour les personnes interrogées mais aussi un regard vers l'avenir des intuitions, de l'imaginaire et des attentes de ces mêmes personnes. Elle est réalisée dans le cadre d'une étude prospective et ne doit pas restée figée dans le présent. Ce n'est pas uniquement une étude descriptive de ce que représente la nuit et les services et activités associées. Elle vise bien à cibler le potentiel de la nuit en tant que territoire à explorer et à investir à l'économie propre et aux activités spécifiques.

Glossaire

AO : Autorité Organisatrice

Corail IC : Corail InterCités

CR : Conseil Régional

CRC : Centre de Relations Clients

CSP : Catégorie Socio Professionnelle

DDTER : Direction Déléguée Transports Express Régionaux

DE : Domicile - Etude

DT : Domicile - Travail

EPIC : Etablissement Public Industriel et Commercial

LASUR : Laboratoire de Sociologie Urbaine

LGV : Ligne à Grande Vitesse

LOTI : Loi d'Orientation des Transports Intérieurs

OD : Origine Destination

ORT : Observatoire régional des Transports

PA : Population Active

RER : Réseau Express Régional

RFF : Réseau Ferré de France

SP : Sans Plomb

STIF : Syndicat des Transports d'Île-de-France

TAD : Transport à la Demande

TC : Transports en Commun

TCL : Transports en Communs Lyonnais

TCU : Transports en Communs Urbains

TCSP : Transport en Commun en Site Propre

TP : Transport Public

VFE : Voyageurs France Europe

VP : Voiture Particulière

Bibliographie

BAILLY Jean Paul, HEURGON Edith, *Nouveaux rythmes urbains, quels transports ?*, Conseil National des Transports, Editions de l'Aube, 201, 221 p.

BONFIGLIOLI Sandra, *L'urbanisme de la nuit, Actes du colloque de Cerisy « prospective d'un siècle à l'autre,* Revue Société et territoire, La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, 2005, pp. 239-255

BUE Jennifer*, Travail de nuit et du soir depuis dix ans : une progression plus rapide pour les femmes que pour les hommes*, Premières synthèses, Premières informations, n°40.2, octobre 2005, 4p.

BUHAGIAR Peggy, ESPINASSE Catherine, *Les passagers de la nuit, Vie nocturne des jeunes : motivations et pratiques*, Paris, Editions de l'Harmattan, 2004, 169 p.

ESPINASSE Catherine, GWIAZDZINSKI Luc, *La nuit en questions, Actes du colloque de Cerisy « Prospective d'un siècle à l'autre »***,** Revue Société et territoire, la Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, 2005, 314 p.

GROSSIN William, *Pour une science des temps*, Introduction à l'écologie temporelle, Editions Octares, juillet 1996, 267 p.

GWIAZDZINSKI Luc, *L'économie de la nuit, Actes du colloque de Cerisy « Prospective d'un siècle à l'autre »***,** Revue Société et territoire, la Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, 2005, pp. 256-278

GWIAZDZINSKI Luc, *La Ville 24 heures sur 24*, Editions de l'Aube, mars 2003, 254 p.

GWIAZDZINSKI Luc, *La nuit dernière frontière de la ville*, Editions de l'Aube, avril 2005, 240 p.

GWIAZDZINSKI Luc, POITRAS D., *Qu'est-il advenu de la nuit*, Editions Labor, octobre 2005

HEURGON Edith, *Mobilités nocturnes, Actes du colloque de Cerisy « Prospective d'un siècle à l'autre »***,** Revue Société et territoire, la Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, 2005, pp. 279-294

RATP, *Prospectifs, ensemble*, la Lettre de la Mission Prospective de la RATP, 1997-2004, Editions Recherches, 2004, 190 p.

TILLOUS Marion, *La conception d'un réseau de transport de nuit se distingue-t-elle de celle d'un réseau de jour ? Etude comparative des réseaux de bus de nuit de Paris et de Londres*, Mémoire de Maîtrise, sous la direction de Francis Beaucire, Université Paris I, 2004, 2 volumes, 149 p.

SOEHNCHEN Andrea, *Les grandes tendances de la société et leur impact sur le secteur des transports publics*, Transport Public International, février 2004, pp.6-9

URRY John, *Sociologie des mobilités*, Une nouvelle frontière pour la sociologie ?, Editions Armand Colin, janvier 2005, 253 p.

Sites sur la nuit :

www.nuitsurbaines.net
www.espacestemps.net
www.u-night.org
http://www.ville-en-mouvement.com/villelanuit.htm
http://www.groupechronos.org/dossiers_para.php?id_para=1399&id_doc=319

Sites généraux :

www.insee.fr
www.recensement.insee.fr
www.travail.gouv.fr
www.culture.gouv.fr
www.equipement.gouv.fr
www.industrie.gouv.fr

Sites Transport Public :

www.inrets.fr
www.predit.prd.fr
www.uitp.com
www.ratp.fr
www.sncf.fr

Sites de Prospective :

http://www.futurouest.com/note.html
www.prospective.org
www.futuribles.com

Table des matières

Remerciements 2

Sommaire 3

Avant □Propos 4

Partie I □Eléments de cadrage 5

1. Différentes Activités et compétences de la SNCF 5

1.1 Les différentes activités et leur poids dans l□entreprise 5

1.2 Le domaine de compétence de la SNCF 6

2. Présentation de la Direction du Transport Public 7

1.1 Le département Marketing 8

1.2 Le Pôle Marché Dessertes 9

1.3 Trafic et recettes TER en forte hausse depuis 2003 10

3. Contexte de la démarche Transport Public à 10 ans 14

2.1 Présentation de TP à 10 ans 14

2.2 Prospective dans les grands groupes français 15

2.3 Problématisation d□une approche prospective du transport public à 10 ans 16

2.4 Communication interne 18

a - Rôle de la communication interne 18

b - Utilisation des supports de communication pour faire connaître TP à 10 ans 18

4. La nuit comme opportunité de développement pour le transport régional 19

Partie II □Le territoire de la nuit urbaine, un espace temps en émergence 21

1. La nuit nouveau territoire et enjeu de développement urbain 21

1.1 Cadrage de la nuit 21

1.2 Un marketing territorial qui s□ouvre à la nuit 22

1.3 Etalement progressif des activités de jour sur la nuit 24

a - Activités des entreprises 24

b - Ouverture des commerces en soirée 24

c - Développement des services 24/24 25

2. Les différents usages de la nuit et limites 26

2.1 Une hausse du travail la nuit 26

2.2 L□augmentation des loisirs nocturnes et de l□intérêt porté à la nuit 28

2.3 Conflits d□usage et d□intérêt 28

2.4 Inégalités et clivage centre et périphérie 29

2.5 Ouverture du débat « une ville ouverte 24h/24 ? » 30

3. Besoins et nouveaux services de mobilité urbaine de la ville la nuit 31

3.1 Déplacements nocturnes en milieu urbain 31

3.2 Panorama des services de transport en commun nocturne en France 33

a - Le positionnement de la SNCF sur le marché de la nuit avec Noctilien 33

b - Services complémentaires de soirée ou de nuit dans les agglomérations françaises 35

c - Services de Transport à la Demande nocturnes 37

3.3 Intégrer le TER au développement des activités de nuit 37

Partie III – Lancement d'une étude sur le marché de la nuit dans une agglomération moyenne, Nancy **40**

1. Partenariat Agence Sherpaa ***41***
2.1 Contexte et objectif d'un partenariat avec Sherpaa 41
2.2 Demande de devis de prestation 43

2. Etude Qualitative : ressenti, vécu et perspectives des mobilités nocturnes dans une agglomération moyenne Nancy ***44***
3.1 Aspects méthodologiques d'une étude qualitative 44
a - Caractéristiques d'une étude qualitative 45
b - Techniques d'études qualitatives 46
c - La conception du questionnaire 46
3.2 Contexte et enjeux de l'étude sur Nancy 47
3.3 Eléments de la prestation 49
a - Déroulement de l'étude 49
b - Planning prévisionnel 53
3.4 Difficultés liées à l'étude et limites d'une méthode qualitative 53

Résultats et Conclusions 55
Table des illustrations 56
Annexes 57
Glossaire 62
Bibliographie 63
Table des matières 65