

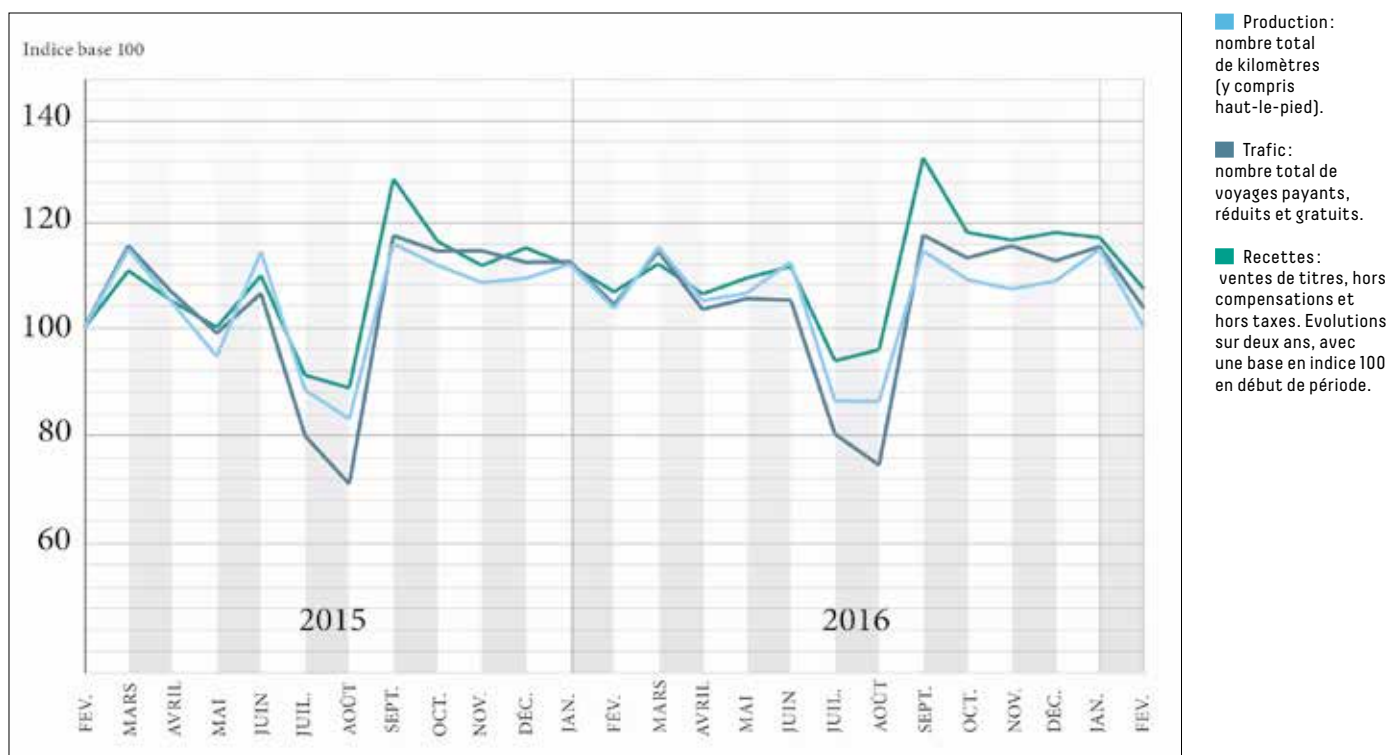
JANVIER-FÉVRIER

Des fluctuations mais un cap maintenu

Le début d'année 2017 s'inscrit pleinement dans la stratégie d'optimisation de l'offre qui est à l'œuvre dans toutes les classes d'agglomération depuis mi-2015. Celle-ci entraîne une amélioration progressive de l'ensemble des *ratios*. **STÉPHANIE LOPES D'AZEVEDO**

TENDANCE EN ANNÉE GLISSANTE

(Indices en volume base 100 sur 24 mois)



PRODUCTION ↗ 0,4% TRAFIC ↗ 0,5% RECETTES ↗ 3,0%	PRODUCTION CLASSE 1: ↗ 0,3% CLASSE 2: ↗ 0,3% CLASSE 3: ↗ 1,9%	TRAFIC CLASSE 1: ↗ 0,6% CLASSE 2: ↗ 0,1% CLASSE 3: ↗ 1,4%	RECETTES CLASSE 1: ↗ 3,3% CLASSE 2: ↗ 1,2% CLASSE 3: ↗ 2,0%
----------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

► **Les réseaux** de transport public urbain jouent une partition particulièrement délicate depuis presque deux ans. Il s'agit d'optimiser l'offre en maintenant le socle de clients-voyageurs et en opérant des révisions de barème tarifaire, lesquelles, si elles sont déséquilibrées, peuvent autant détourner la clientèle qu'une offre perçue

comme dégradée. Jusque-là, les réseaux s'inscrivent avec succès dans ce cercle potentiellement vicieux, et leur tâche est d'autant plus ardue que l'environnement leur est peu favorable (prix des carburants peu élevé, facilités de stationnement accrues dans certaines villes, etc.). Cela est particulièrement le cas des réseaux urbains

de taille intermédiaire. Cependant, le fait que tous les indicateurs soient en hausse en année glissante dans toutes les classes d'agglomération – et plus particulièrement les recettes commerciales – tend à prouver que le secteur du transport public a su mettre en avant ses qualités et fidéliser les voyageurs. ●

GLISSEMENT ANNUEL

(Variations en volume par rapport au même mois de l'année précédente)



JANVIER

PRODUCTION	PRODUCTION	TRAFIC	RECETTES
↗ +2,2%	CLASSE 1: ↗ +2,5%	CLASSE 1: ↗ +2,9%	CLASSE 1: ↗ +4,9%
↗ +2,3%	CLASSE 2: ↗ +1,3%	CLASSE 2: ↘ -0,1%	CLASSE 2: ↗ +1,0%
↗ +4,2%	CLASSE 3: ↗ +3,3%	CLASSE 3: ↗ +1,2%	CLASSE 3: ↗ +0,9%

FÉVRIER

PRODUCTION	PRODUCTION	TRAFIC	RECETTES
↘ -3,0%	CLASSE 1: ↘ -4,0%	CLASSE 1: ↘ -0,4%	CLASSE 1: ↗ +0,6%
↘ -0,6%	CLASSE 2: ↘ -0,3%	CLASSE 2: ↘ -1,0%	CLASSE 2: ↘ -0,4%
↗ +0,4%	CLASSE 3: ↘ -3,4%	CLASSE 3: ↘ -1,1%	CLASSE 3: → 0%

► **Certes, le** mois de février 2017 comptait un jour de moins qu'en 2016 – année bissextile –, et les vacances ont débuté deux jours plus tôt, mais le repli de la production est particulièrement important en glissement annuel (-3%). Ce recul touche toutes les classes d'agglomération, notamment les plus grandes, où 7 réseaux sur les 23 que compte la classe 1 ont réduit leur offre de plus de 5% d'une année sur l'autre. Les autres indicateurs

n'enregistrant pas de telles baisses, l'effet calendaire peut expliquer dans une certaine mesure un moindre tassement de l'offre. Cette réserve ne vaut pas pour les réseaux de taille moyenne qui ont limité à 0,3% le repli de leur offre kilométrique. Mais ils connaissent une nette dégradation de leur fréquentation par rapport à 2016 (-1%); 2017 a néanmoins commencé sous de meilleurs auspices, avec un rebond de l'ensemble des indicateurs. ●

CUMUL DEPUIS LE DÉBUT DE L'ANNÉE

PRODUCTION ↘ -0,3%
TRAFIC ↗ +0,9%
RECETTES ↗ +2,4%

PRODUCTION

CLASSE 1: ↘ -0,6%
CLASSE 2: ↗ +0,6%
CLASSE 3: ↗ +0,1%

TRAFIC

CLASSE 1: ↗ +1,3%
CLASSE 2: ↘ 0,5%
CLASSE 3: ↗ +0,1%

RECETTES

CLASSE 1: ↗ +2,8%
CLASSE 2: ↗ +0,3%
CLASSE 3: ↗ +0,5%

► **Les évolutions très** contrastées des indicateurs entre janvier et février imposent de dresser un bilan très prudent de ce début d'année 2017. Ce bilan semble néanmoins s'inscrire dans la tendance des derniers mois de 2016: un repli contenu de la production kilométrique, un trafic qui résiste en moyenne mais qui décroche dans les agglomérations de taille intermédiaire, et des recettes qui progressent nettement dans les grands réseaux et tirent le bilan global. La période reste donc à l'amélioration des *ratios* pour garantir la pérennité de l'offre dans un contexte financier toujours extrêmement tendu. Les réseaux qui peuvent mettre en avant leurs atouts en termes de fréquence et d'amplitude de service bénéficient naturellement d'un avantage pour mener cette stratégie. ●

Panel

❖ 100 réseaux de province: 24 réseaux de classe 1 (100% des agglomérations de plus de 250 000 habitants), 31 réseaux de classe 2 (84% des agglomérations de 100 000 à 250 000 habitants), et 45 réseaux de classe 3 (68% des agglomérations de moins de 100 000 habitants). Révision possible des indicateurs jusqu'à trois mois après leur publication en cas de modification du panel ou de transmission de nouvelles valeurs.