

Le contexte de l'innovation

Partant des besoins des habitants, c'est un projet global de modernisation des transports en commun à l'échelle d'un département. Pour Christian Proust, président du SMTC, il était primordial de mettre à la disposition de tous un service performant et peu onéreux permettant de se dispenser de la voiture. C'était une question écologique, mais aussi sociale et économique.

L'idée innovante

Un réseau de transport public Optymo qui rime avec hausse du niveau de service, baisse générale des tarifs et simplification d'utilisation avec une solution de post-paiement novateur. Le principe : « je voyage d'abord, je paie ensuite » et cela, toujours au meilleur prix pour l'utilisateur.

L'objectif recherché

- Garantir le meilleur service de mobilité au meilleur prix à tous les concitoyens.
- Stimuler l'utilisation du bus dans un souci écologique mais surtout économique : réduire le budget transport, 2^{ème} budget des ménages dans le département.

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

2005-2006 : Bilan des transports dans le département et concertation publique.

2007 : création d'une régie de transport, de la marque et du design Optymo, travaux de voirie, achat de 36 nouveaux bus GPL, nouvelles lignes, nouveaux arrêts, nouveau réseau de distribution, généralisation du transport à la demande complémentaire et des services pour Personnes à Mobilité Réduite, création d'un centre de régulation et d'une nouvelle agence commerciale, embauches et campagne d'information/communication auprès des habitants, usagers ou non des transports. Elle s'est déroulée en plusieurs étapes afin d'installer progressivement la nouvelle marque de mobilité, accompagner au mieux la population au changement et rechercher l'adhésion :

- janvier 2007 : communication auprès des usagers à l'occasion des vœux sous le thème « 2007, invention de l'Optymobile à Belfort »
- janvier à juillet : « *En chantier aujourd'hui, enchantés demain !* » campagne d'information sur les travaux de voirie avec une logique de proximité : lettres d'information par quartier, n° d'appel et site web dédiés, signalétique...
- juin : « *Et si le moyen de transport de demain était une carte ?* », campagne pour faire connaître à la fois la marque et le nouveau titre de transport.
- septembre : « *Optymobilisation générale* », qui marque les premières améliorations de service et la prochaine généralisation du Pass Optymo.
- Octobre-décembre : « *Demandez votre nouvelle carte Optymo* » campagne multi-supports pour accompagner les concitoyens vers le changement billettique : affichage urbain, dans les bus, conseillers Optymo dans les bus, en ville, dans les centres commerciaux, flyers, partenariats média, spots radios, encarts presse, jeu-concours, information dans les établissements scolaires....

1^{er} janvier 2008 : Lancement du Pass Optymo avec un modèle commercial unique en France, gratuit et sans aucun engagement. La vente des titres à bord des véhicules est remplacée par cette carte de transport personnelle. Les tickets traditionnels restent en vente dans des relais et un nouveau service de ticket de bus par SMS (première en France) vient compléter progressivement la gamme de titres.

Le contenu de la réalisation

Le Pass Optymo c'est tous les avantages de l'abonnement, sans les inconvénients. Le client possesseur du Pass ne paie que les trajets qu'il effectue à réception de sa facture.

Paiement sur consommation et plafond mensuel sont combinés pour satisfaire clients occasionnels ou réguliers. Un client qui voyage cinq fois durant le mois ne paiera que cinq trajets facturés au coût unitaire de 0,80 €, tarif le plus bas de France. Si on ne voyage pas, on ne paie rien. Si l'on voyage beaucoup, la facture mensuelle est plafonnée à 31 € maximum (9 € en tarif réduit), au-delà les trajets sont gratuits.

Les moyens humains (internes et externes) et financiers (budget total, coûts pour la collectivité)

Investissement : Billettique « sur mesure », 600 000 €

Fonctionnement : 50 000 €/an (budget constant par rapport à l'ancien système)

La mise en place du post-paiement a permis en grande partie un gain de productivité de 23 % permettant une hausse de niveau de service sans budget supplémentaire pour la collectivité.

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

- Un pari difficile, mais remporté, avec +50% de la fréquentation en seulement un peu plus de 2 ans : de 4.8 à 7 millions de voyages annuels.
+ 300 % d'équipement en Pass Optymo (de 10 000 à 32 000 porteurs) ; 85 % des voyages réalisés avec le Pass Optymo
- Le Territoire de Belfort a réussi en deux ans à convertir un nombre important de citoyens au transport public dans un bassin de vie où l'automobile règne en maître depuis décennies.
Plusieurs innovations à la clé : flotte tout GPL en ville, ticket de bus par SMS et surtout post-paiement des trajets.
- Le projet Optymo 2 (horizon 2013) vise à la création de location de vélos, auto-partage et bus à haut niveau de service... le tout accessible avec un seul titre, dans un souci d'intermodalité : le Pass Optymo.