

COVID 19 : Quelles opportunités de reconquête pour le ferroviaire?

29 juin 2021

Projet : Valérie Lallemand, Vincent Allain, Xavier Dantony, Rémy Mensire

Plan

Introduction :

- Fer de France et Cycle Moissons-Desroches
- Equipe projet
- Contexte

Analyse basée sur les entretiens et la bibliographie

Conclusion

Annexe

Analyse complémentaire sur les risques et opportunités pour le trafic ferroviaire

Introduction

Fer de France et Cycle Moissons-Desroches

Ce projet a été réalisé dans le cadre du Cycle Moissons-Desroches organisé par Fer de France

Fer de France

Fer de France est l'association de filière ferroviaire française qui regroupe 12 membres fondateurs (GART, Régions de France, DGITM, DGE, SNCF, RATP, Alstom, Fédération des industries ferroviaires, Syntec-ingénierie, SNCF Réseau, Getlink et UTP). Son objectif est l'amélioration du système ferroviaire sur le marché national et sa performance à l'export.



<http://www.ferdefrance.fr>

Moisson-Desroches : *le cycle des jeunes dirigeants du ferroviaire*

Fer de France et ses membres organisent un cycle annuel de jeunes dirigeants du ferroviaire, baptisé Moisson-Desroches du nom d'un ingénieur qui, dès l'aube du XIXe siècle et avant les autres, eut la vision de l'intérêt du chemin de fer et promut son déploiement. Aujourd'hui encore, le ferroviaire poursuit sa transformation pour répondre au contexte mondialisé, technologique et aux nouvelles attentes du XXIe siècle. Fer de France pense qu'une des clefs de ces transformations est de donner à de futurs dirigeants l'occasion d'un travail transverse et décroisé, par la vision large qu'offre le cycle du ferroviaire et de son écosystème, et par les liens au sein de la promotion, tissés entre pairs d'origines différentes, porteurs chacun de leurs métiers et compétences propres, qui tous ensemble font le système ferroviaire. Le cycle Moisson-Desroches, aux travers de rencontres, d'échanges, de travaux collectifs et de voyages d'étude, construit ainsi un « esprit de filière ».

Equipe projet



Valérie Lallemand
Adjointe du Directeur de la
Performance du système
ferroviaire des lignes normandes
SNCF



Rémy Mensire
chef du bureau des opérations
contractualisées et des grandes
opérations ferroviaires



Vincent Allain
EGIS Rail – Pôle International
Responsable Commercial



Xavier Dantony
Responsable production
et Directeur adjoint Infrapôle
PACA
SNCF Réseau



29 juin 2021

Contexte

La crise sanitaire engendrée par la pandémie du COVID-19 a eu un impact fort et durable sur le monde des transports et notamment du ferroviaire. Elle s'est traduite par une forte appréhension de la population quant au risque de contamination dans les transports en commun et par une suite de décisions prises par le gouvernement (confinement, télétravail, limitation des distances de déplacement...) qui ont eu pour conséquence une baisse des besoins de déplacement et donc de l'utilisation des transports en commun.

Lors du premier confinement du 17 mars au 11 mai 2020, l'offre de Transilien a ainsi été réduite à 10% et celle de TER à 5% (plan de transport). Elle a ensuite augmenté jusqu'à 80% du plan de transport nominal avant de rebaisser à 35% lors du deuxième confinement (30 octobre - 15 décembre).

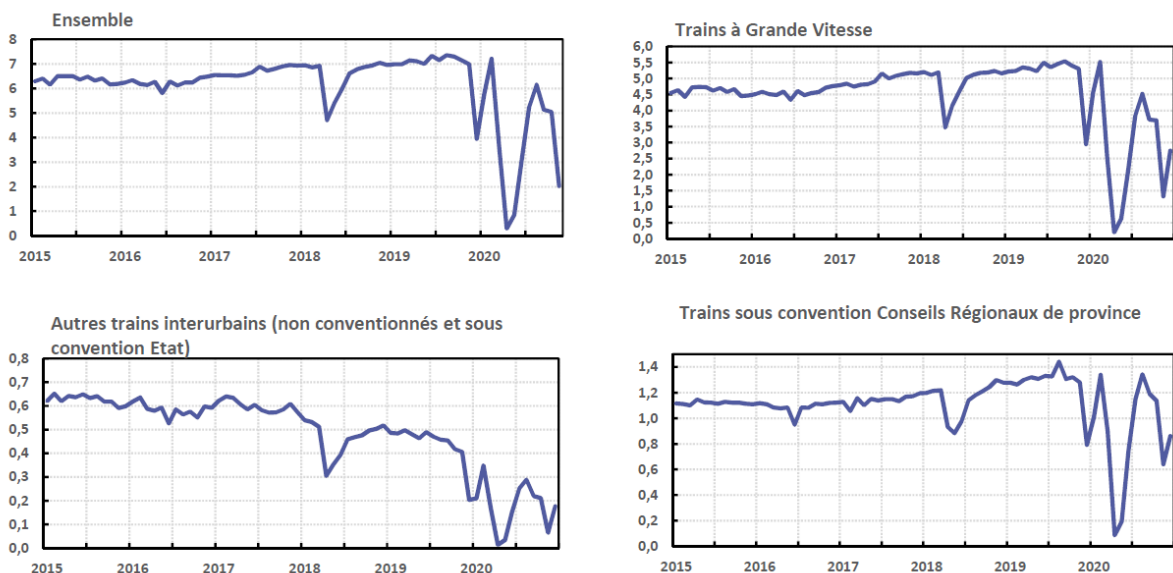
Alors que nous voyons enfin approcher la fin de cette crise sanitaire, il est à prévoir qu'elle aura des conséquences durables sur les attentes des clients du ferroviaire. Ainsi, 30% des utilisateurs des transports publics estiment qu'ils prendront moins, voire plus du tout, les transports en commun une fois que la crise sera terminée (Observatoire de la mobilité, UTP, novembre 2020). Et l'étude 2020 de l'observatoire des mobilités note que les réponses positives à la question « L'avenir sera aux modes de transports collectifs » sont en baisse de 8% par rapport à 2018.

L'impact de la crise sanitaire en quelques chiffres

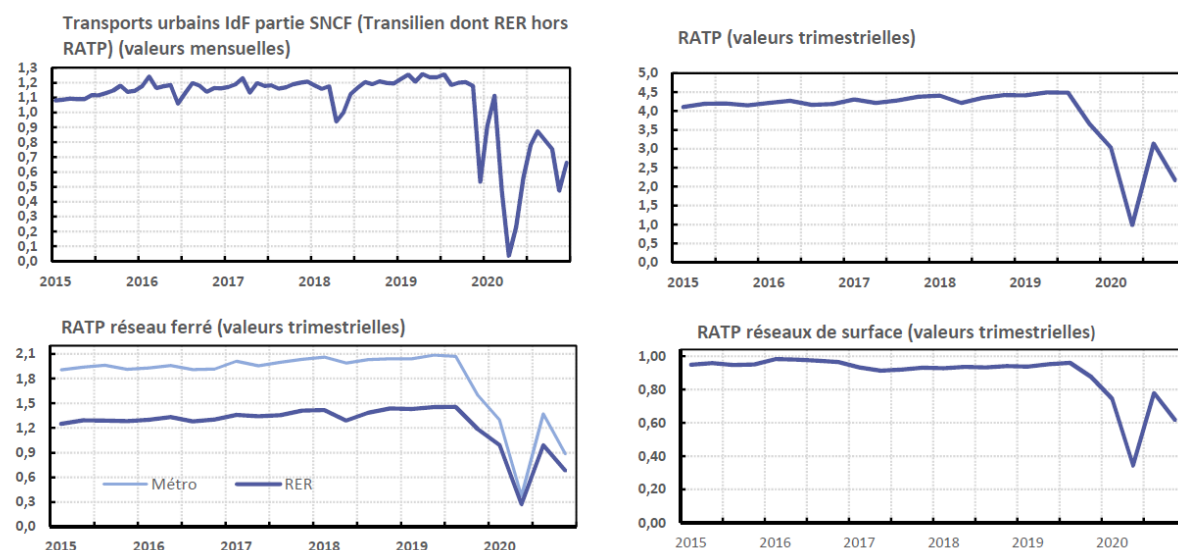
S'agissant du transport ferroviaire hors IDF, la fréquentation était revenue à un niveau de 80 % par rapport à la moyenne nominale entre les deux confinements du printemps et de l'automne 2020.

S'agissant des transports collectifs en IDF, la fréquentation n'était revenue qu'à 66 % du niveau nominal sur la même période.

Transport ferroviaire, hors trains sous convention IdF Mobilités (SDES ; milliards de voyageurs-km ; cvs-cjo)



Transports collectifs Ile-de-France (SDES, RATP ; milliards de voyageurs-km ; cvs-cjo)



D'après le bulletin trimestriel statistique des transports – mai 2021

Analyse basée sur les entretiens et la bibliographie

Entretiens réalisés

Cette analyse se base sur une étude bibliographique ainsi que sur un ensemble d'entretiens avec des représentants d'associations de voyageurs, d'entreprises ferroviaires et d'autorités organisatrices. Nous tenons à remercier très sincèrement les personnes suivantes pour le temps qu'elles nous ont accordé ainsi que pour la qualité de ces échanges :

Christophe ROMANET (DGTER), Patrick FERCHAUD (AO TET), Jérôme BAILLARGUET (TER PACA), David HERRGOTT (Régions de France), Jean-Yves PETIT (RAMDAM) et Gilles MARCEL (NOSTERPACA), Philippe CRETIN (FNAUT PACA), Patricia PERENNES (AOT Centre Val de Loire) Jean GHEDIRA (Directeur Marketing Keolis), Daniel GREBOUVAL (Président de la FNAUT Normandie)

Il est à noter que ces entretiens ont été réalisés entre décembre 2020 et février 2021 et que leur contenu en serait certainement différent s'il étaient réalisés aujourd'hui.

29 juin 2021



Qui sont les clients du ferroviaire?

Les autorités organisatrices

L'organisation des transports de voyageurs en France relève de la responsabilité des pouvoirs publics : l'État, les régions, les départements et les communes ou leurs regroupements.



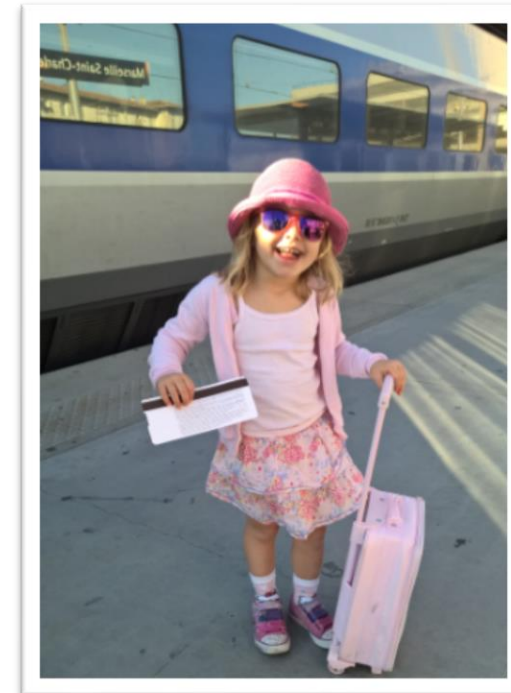
**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Les clients voyageurs

- Les clients fréquents (étudiants, domicile - travail)
- Les clients occasionnels (loisirs, déplacements professionnels)



Vers une baisse des déplacements ferroviaires?

Les études et les acteurs rencontrés lors des différents entretiens convergent sur l'idée que le trafic ferroviaire subira une baisse significative et durable car les attentes et les comportements des clients auront profondément évolués. **La baisse du trafic sera causée d'une part par l'utilisation d'autres moyens de transport et d'autre part par une diminution des déplacements.**

Les principaux concurrents du ferroviaire sont la voiture, en particulier pour les TER, et les modes de transports doux pour l'urbain (la marche à pied et le vélo comme solutions privilégiées pour 27% des personnes qui estiment qu'elles utiliseront moins les transports en commun selon l'étude UTP de 2020).

Mais la principale cause d'une baisse du trafic ferroviaire sera une baisse des mobilités. Avec bien sûr une augmentation significative du télétravail pour les employés de bureau mais également une baisse des voyageurs occasionnels.



Le développement du télétravail

Le télétravail s'impose pour près de 70% des actifs dont la profession le permet (Observatoire des mobilités émergentes, hors série du 19/01/2021) et pendant le premier confinement, 30% des actifs ont fait du télétravail (UTP).

Cela répond à une attente des employés de bureau qui estiment à 32% que cela permet un meilleur équilibre travail/vie privée (voir l'enquête Censurwide pour [Glassdoor](#), mars 2020).

Nombreuses sont les entreprises qui étaient jusque-là réticentes au télétravail et pour lesquelles l'expérience du premier confinement a été positive. Ainsi, on peut s'attendre à un déploiement du flex-office qui permet un gain important sur le coût des loyers, en particulier en Ile-de-France. Entre 5 % et 11 % des trajets domicile-travail pourraient ainsi être évités dans la métropole du Grand Paris (« Télétravail et mobilités dans le Grand Paris. Quel impact demain sur les réseaux de transport ? », APUR, note n° 181, juillet 2020).



Conséquence du développement du télétravail : une nouvelle mobilité

Le développement du télétravail engendre un effet rebond dont l'une des caractéristiques est la création de nouveaux besoins de déplacement. Le télétravail offre aux salariés une plus grande liberté de choix pour la localisation de leur habitat qui peut aussi entraîner un accroissement des distances domicile-travail. Ce phénomène est déjà amorcé puisque les spécialistes de l'immobilier notent une augmentation de plusieurs points du taux d'acquéreurs franciliens dans presque tous les départements limitrophes à l'Île-de-France avec par exemple +6 points en Normandie et +9 points dans l'Yonne. Et dans toute la France, on constate depuis début 2021, une forte demande pour des logements à moins de 30 minutes des grandes agglomérations, avec par exemple +54% à Hœnheim (14mn de Strasbourg) et +52% à Chantepie (17mn de Rennes).

Jean Ghedira (Directeur Marketing de Keolis) estime que la possibilité de rester plus de deux jours dans sa maison de campagne pour y accoler des journées de télétravail entrainera une augmentation des week-ends en villégiature. Ce qui est confirmé par l'étude ADEME de septembre 2020. Aujourd'hui, lors des week-ends de printemps, jusqu'à 36% de la population est concernée par une mobilité de la ville vers la campagne. Ce taux atteint 42% en régions lyonnaise et bordelaise et 49% dans l'agglomération parisienne (« La démobilité : travailler, vivre autrement », Julien Damon, juin 2013).

L'augmentation du télétravail se traduira donc par une diminution des déplacements mais également par l'apparition de nouveaux déplacements sur des distances plus longues, avec des distances domicile-travail plus importantes et des trajets plus fréquents vers les résidences secondaires.

Vers plus de déplacements en voiture?

Alors que les dernières années montraient une augmentation du poids du critère environnemental sur le choix du mode de transport qui favorisait le ferroviaire face à la voiture, la crise sanitaire a remis en question l'importance de ce facteur. Ainsi, selon l'observatoire des mobilités (hors série 2020), après plusieurs années de recul, la voiture semble conjoncturellement répondre aux risques (sanitaires) et aspirations (de liberté) suscités par la crise.

« Il existe un risque important que les gens perçoivent la voiture individuelle comme le prolongement naturel de leur confinement », note Bruno Gutierres, directeur de l'innovation collaborative chez Alstom. Selon Jean Ghedira (Dir Marketing Keolis), la crainte générée par la crise sanitaire va encourager les clients à utiliser leur voiture et notamment à faire du covoiturage.

A cela s'ajoute les conséquences liées au télétravail. En effet, selon l'étude réalisée par l'ADEME (2020) sur l'effet rebond du télétravail, celui-ci va engendrer un exode depuis les grandes villes vers la campagne et des déplacements moins fréquents mais plus longs. Ce qui ne sera pas à l'avantage du ferroviaire car ces déménagements ne seront pas forcément dans des lieux où l'offre ferroviaire permettra de concurrencer l'utilisation de la voiture.

Pour autant, les avantages de la voiture tendent à disparaître dans le cadre de trajets qui concernent les grandes métropoles. On peut noter l'exemple de la ville de Paris, dont la circulation et les parkings sont déjà saturés, qui veut interdire le trafic dans le centre dès 2022.



Les craintes des clients face au risque sanitaire?

Dès le début de la crise sanitaire, les entreprises de transport public ont mis en place un ensemble de mesures pour limiter les risques de contamination :

- Le port du masque rendu obligatoire par le gouvernement le 11 mai 2020 lors de la fin du premier confinement.
- La mise à disposition de gel hydroalcoolique
- Les actions de nettoyage renforcé et de désinfection quotidienne (véhicule, station, distributeurs de titres, ...)
- La distanciation physique (neutralisation d'un siège sur deux, séparation des flux clients, marquage au sol, ...)

A cela s'ajoute des campagnes de communication pour responsabiliser et rassurer les clients (campagne « Tous responsables » SNCF).

Plusieurs études (APTA, RSSB, Santé Public France et Etude Oxford academic) ont démontré que les transports publics n'étaient pas un lieu de contamination. Et la plupart des acteurs que nous avons interrogés dans le cadre de ce projet estiment que la crainte liée au risque sanitaire n'est pas un frein pour les clients voyageurs. De plus, selon l'étude de UTP (www.UTP.fr), 77% des clients estiment que les transports publics se sont adaptés rapidement et 64% font confiance aux entreprises de transport public pour assurer leur sécurité face au risque sanitaire.

Les stratégies de reconquête par des offres tarifaires

A la suite du premier confinement, la volonté de reconquête des clients TER s'est traduite par des offres tarifaires attractives et les représentants (associations de clients, AO et TER) en présentent un bilan positif. Bourgogne Franche Comté a proposé des billets à 2€, l'Occitanie a enregistré une fréquentation en hausse de 10% par rapport à l'été 2019 en proposant des billets à un euro. Au total ce sont 2 millions de billets TER entre 1 et 20€ qui ont été mis en vente sur l'été 2020.

Et pour la première fois, des offres communes à l'ensemble des AO régionales ont été proposées avec un pass jeune qui permettait aux moins de 26 ans de voyager partout en France pour 29€ pendant 1 mois, la possibilité pour les abonnés TER d'une région de se déplacer gratuitement sur tous les TER de France (du 1^{er} juillet au 31 août). Cette opération a ainsi permis de conserver 90% des abonnés (Le Figaro, septembre 2020).

Des tarifs spécifiques pour répondre à l'évolution du télétravail, tels que le pass télétravail ont été proposés par TER Nouvelle Aquitaine et TER PACA (offre Zou). TER Occitanie envisage la mise en place de la gratuité pour les jeunes : « Je voyage +, je paye 0 ».

A Nancy, Keolis a testé une période de gratuité pour faire revenir les clients mais les résultats ont été, selon Jean Ghedira, mitigés.

Enfin, la nouvelle grille tarifaire SNCF, présentée le 1^{er} juin 2021, propose des tarifs plus lisibles et plus attractifs pour les trains INOUI et Intercités et propose un programme de fidélité adapté aux demandes de dernière minute.



Vincent Breteau @vinc_brt · 3h

Avec la mise en place du plan de transport à 100%, @JBGastinne et @DupontJeanPhil5 annoncent plan de reconquête :

- ✓ +15% d'offre sur le réseau @train_nomad
- ✓ tarifs à -50% pour les jeunes sur tous trains
- ✓ 240 000 petits prix
- ✓ Pass Normandie Découverte étendu à @car_nomad



Plan de reconquête Normandie/NOMAD
Du 17 mai 2021



L'opportunité de l'avantage environnemental

Plusieurs études montrent que les Français sont de plus en plus sensibles à l'environnement. Selon le "Baromètre de l'économie positive et durable" réalisé en 2019 par [YouGov](#) pour Business Insider France, l'environnement représentait l'une des principales préoccupations des français. Comme indiqué par le sondage du Commissariat général au développement durable de 2017 (<https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2018-10/datalab-essentiel-97-francais-consommation-responsable-mars2017.pdf>), cela se traduit dans leur mode de consommation.

Et cette volonté d'une consommation responsable devient un avantage significatif pour le ferroviaire. Dans le JDD du dimanche 31 mai 2021, le président de la SNCF, Jean-Pierre Farandou, explique que le ferroviaire est non seulement un enjeu économique mais également commercial. En effet, « le TGV pollue 50 fois moins que la voiture et 80 fois moins que l'avion ».

Le 2 juin 2021, le Réseau Action Climat publie une étude sur la faisabilité de l'absorption des voyageurs des vols métropolitains par le train (<https://reseauactionclimat.org/wp-content/uploads/2021/06/etude-report-modal-web.pdf>). Celle-ci démontre que « la proposition initiale de la Convention Citoyenne pour le Climat de supprimer les vols en cas d'alternative en moins de 4h peut être facilement mise en œuvre, sans impact majeur sur l'offre de train et les usagers ». Ainsi, l'ensemble des voyageurs aériens des 23 lignes pour lesquelles se trouve une alternative en train en moins de 4h, « pourrait être reporté sur le train, tant à l'échelle de la journée entière qu'en heure de pointe ». Un premier pas en ce sens est réalisé le 24 juin 2021 par le Sénat qui a voté la fin des vols intérieurs en cas d'alternative en train de moins de 2h30 dans le cadre de la loi Climat et Résilience.

Cette évolution de plus en plus forte des enjeux environnementaux devient une opportunité pour le ferroviaire.

Conclusion

Conclusions

La crise que nous avons tous traversée a bousculé nos certitudes et nos priorités. Elle aura un impact durable sur nos modes de vie, notre mobilité et certaines valeurs comme le contact humain ou l'environnement constituant plus que jamais des enjeux importants. Pour le ferroviaire, cela peut s'avérer un inconvénient mais également une opportunité à saisir.

En raison du télétravail, une partie du trafic des clients fréquents sera définitivement perdue. Cela correspond à un changement culturel profond des salariés comme des entreprises. Les opportunités pour augmenter le trafic ferroviaire sont donc plus importantes pour les clients occasionnels et en particulier pour des trajets de type loisir.

Les AO comme les entreprises ferroviaires ont la volonté de reconquérir leur clientèle en s'adaptant aux nouvelles habitudes de consommation telles que l'augmentation des demandes de dernière minute. Des offres marketing volontaires ont été réalisées pour l'été 2020, et le déconfinement du mois de juin 2021 a permis l'émergence de nouvelles offres.

En conclusion, il semble que les opportunités de reconquête du trafic ferroviaire s'orientent principalement autour de 3 axes :

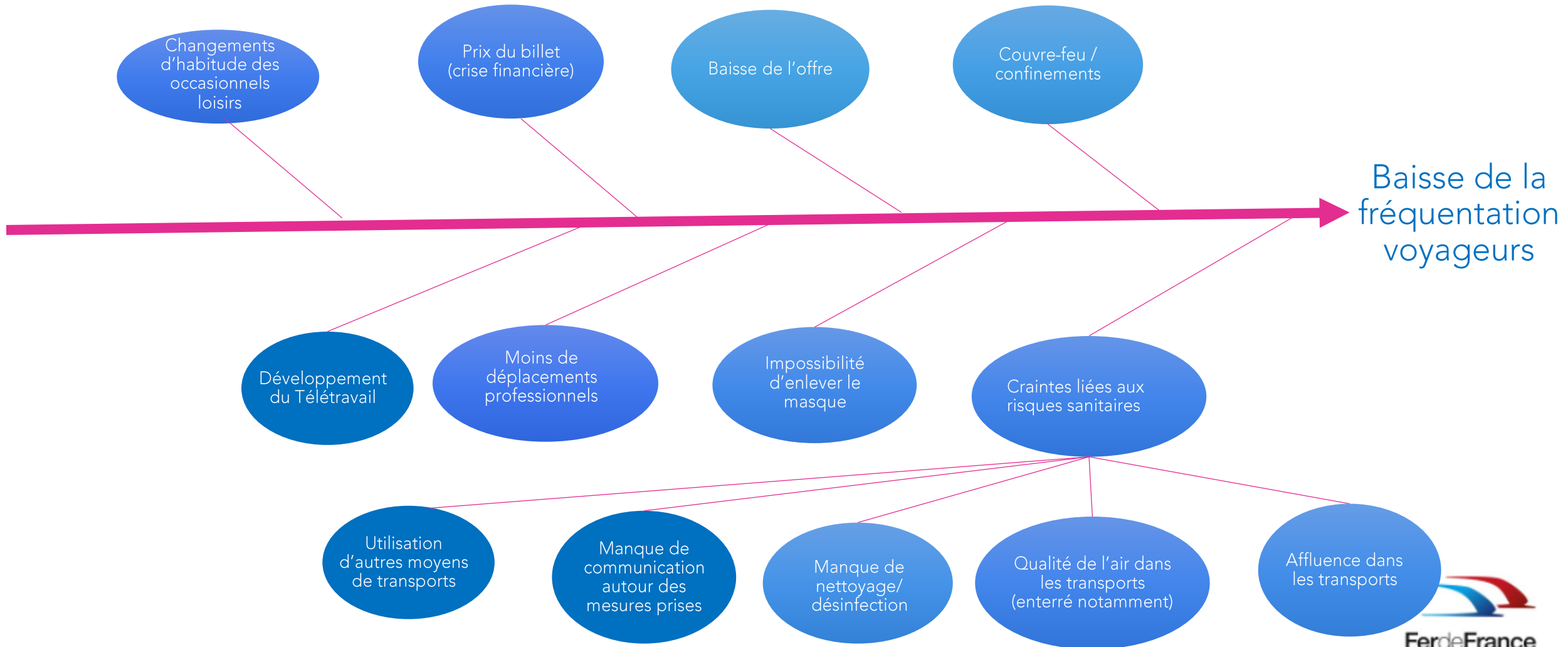
- Proposer des tarifs simples, attractifs et adaptés aux demandes de dernière minute.
- Offrir des services innovants et attractifs aux clients occasionnels.
- Mettre en avant l'avantage environnemental du ferroviaire.

Nous devons proposer aux Français, non seulement les services dont ils pensent avoir besoin mais également ceux dont ils n'imaginent pas encore avoir envie.

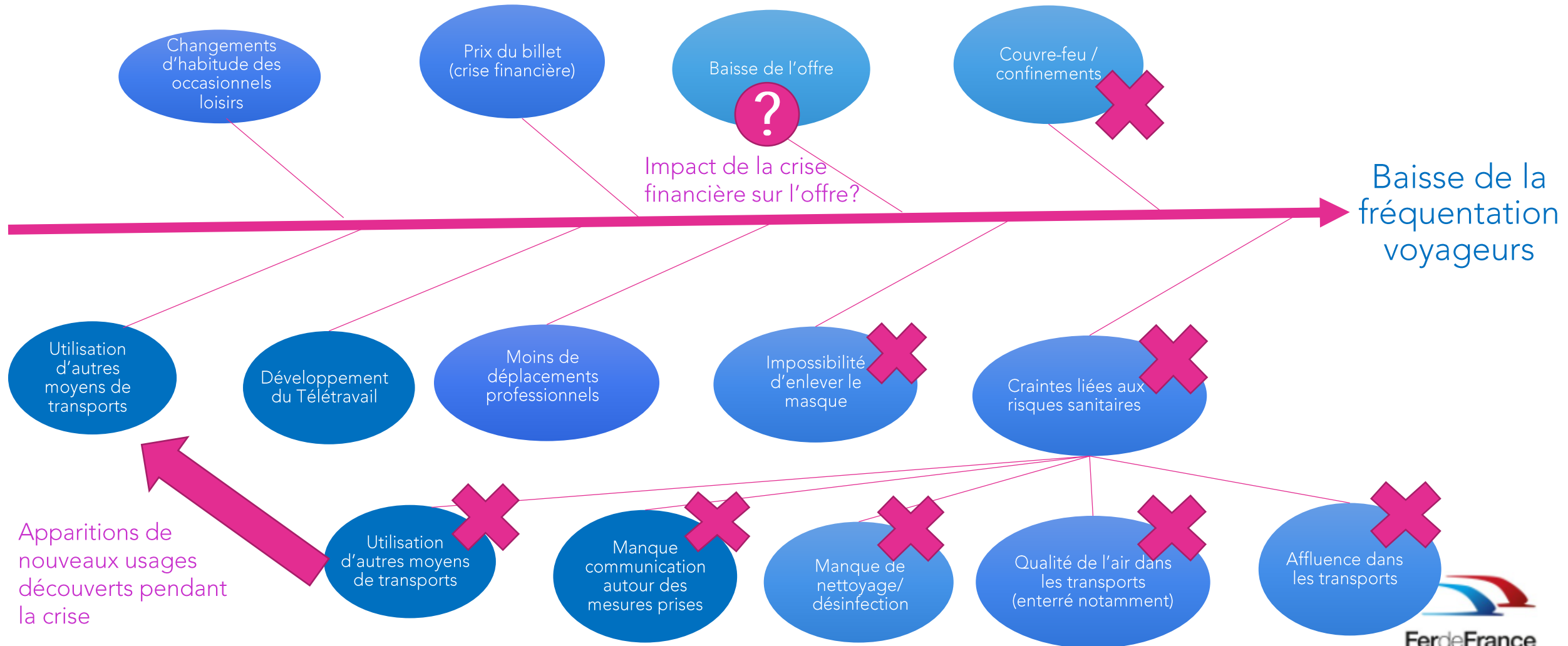
Annexe

Analyse complémentaire sur les risques et opportunités pour le trafic ferroviaire

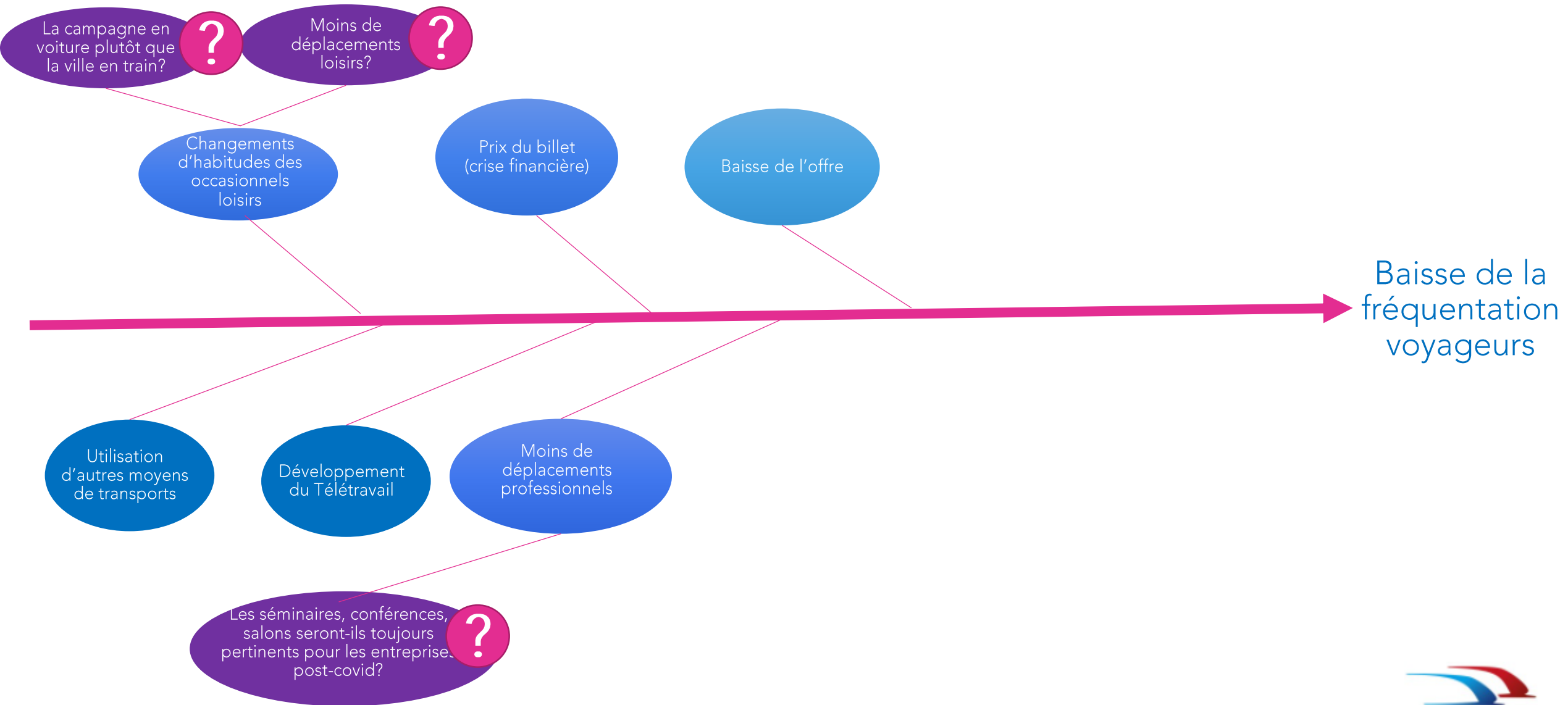
Pourquoi une baisse de la fréquentation des voyageurs pendant la crise



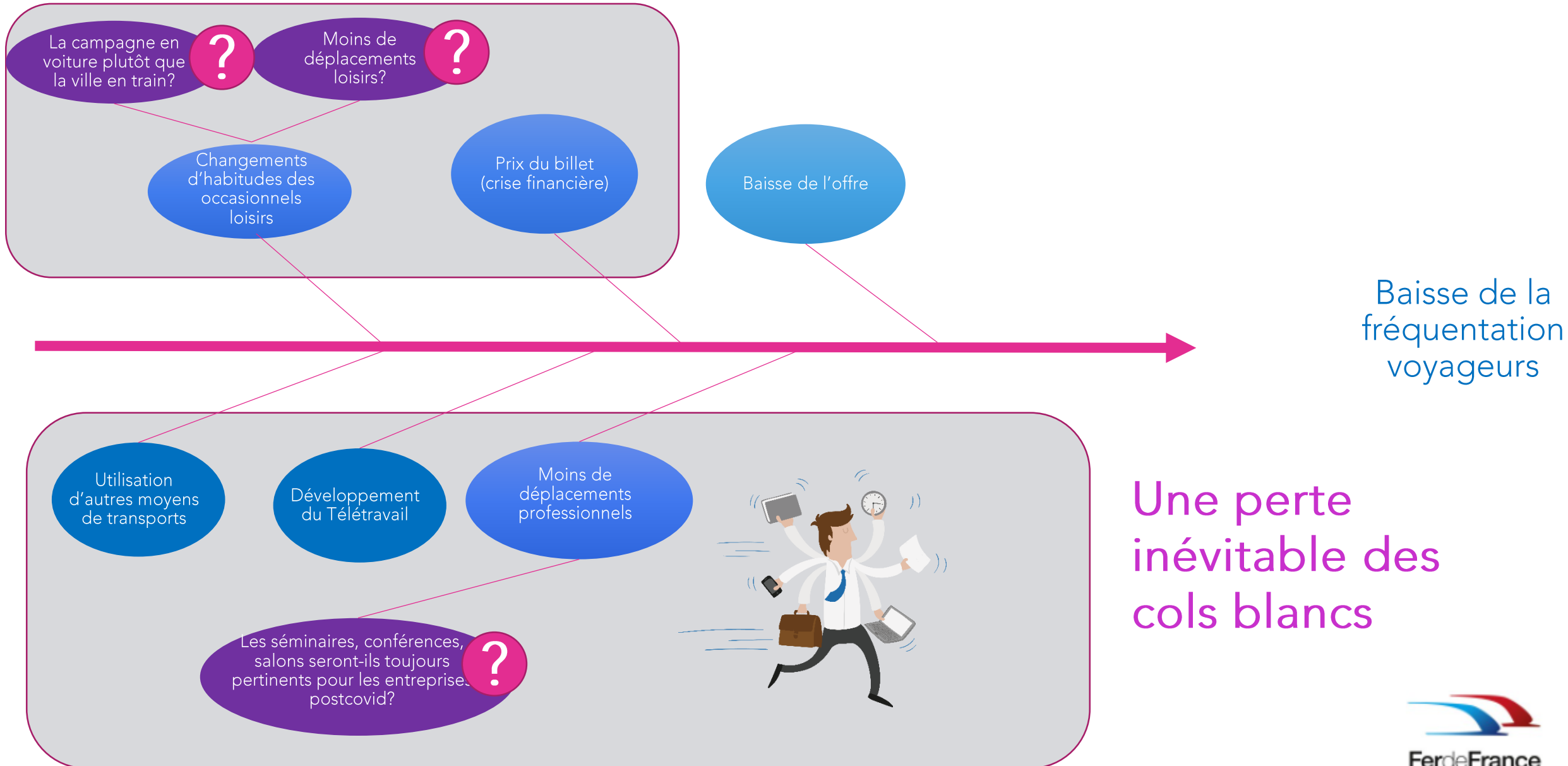
Quelles sont les causes qui disparaîtront à la fin de la crise sanitaire?



FerdeFrance



Des clients loisirs à reconquérir



Quelles sont les opportunités offertes par la crise sanitaire?

- Les entreprises ferroviaires reconnues pour leur efficacité dans la gestion de la crise.
- Les zones rurales qui ont démontré qu'elles pouvaient être des lieux de vacances de qualité à l'été 2020.
- De nouvelles mobilités liées au télétravail.
- Les déplacements loisirs qui ne semblent pas durablement pénalisés par la crise sanitaire et qui pourraient permettre de compenser la perte de clientèle professionnelle en attirant de nouveaux clients.