

RESUME

Les services de transport à la demande dans leur marché et dans leur cadre institutionnel.

Etude de faisabilité d'un repositionnement socio-économique de ces marchés

Responsables du projet : D. Josselin (CNRS), A. Dekokère (KEOLIS)

Les objectifs de ce projet étaient les suivants :

- réaliser un état de l'art et une typologie des Transports à la Demande (TAD) et en déduire les principes régulateurs et les cycles d'évolution,
- analyser le cadre juridique et institutionnel comme facteur limitant/facilitant le développement des TAD,
- mettre au point des méthodes d'enquête et d'analyse pour évaluer la demande et aider à la mise en place de systèmes sur des territoires non desservis par les TAD,
- réaliser une expérimentation concrète (à durée limitée) sur un territoire privilégié.

Différents partenaires ont œuvré dans la réalisation de ce projet interdisciplinaire :

** dans le cadre du Programme PREDIT :*

- le laboratoire THEMA, UMR6049 du CNRS, Besançon, maître d'œuvre,
- le groupe KEOLIS et ses filiales, dont la Compagnie des Transports de Besançon (Ginko),

** auxquels s'ajoutent, pour la mise en place commerciale du TAD Evolis-gare à Besançon (CPER Franche-Comté, Institut des Sciences et des Technologies de l'Information) :*

- le Laboratoire d'Informatique de Franche-Comté (LIFC),
- la ville de Besançon et la Communauté d'Agglomération du Grand Besançon.

Les retombées de la recherche sont les suivantes :

- état de l'art et typologie des services à la demande,
- analyse du cadre juridique des TAD (définition et perspectives),
- analyse des principes régulateurs et cycles d'évolution des TAD,
- méthodologies d'enquête dédiées aux petits flux (« préférences suscitées ») et application sur différents sites,
- méthodologies d'analyse exploratoire de la demande et d'aide à la définition du service (géomarketing),
- définition des concepts commerciaux et techniques d'un nouveau TAD ,
- expérimentation et validation du TAD Evolis-gare à Besançon.

Le groupe de recherche s'oriente maintenant vers :

- une généralisation des méthodes élaborées au cas particulier du rabattement (niche commerciale),
- une extension des méthodes aux autres types d'espaces géographiques à desservir,
- une prise en compte encore plus fine de la demande par une plus grande flexibilité et une réponse du service en « temps réel » (apport des Nouvelles Technologies de l'Information).

CONTACTS : didier.josselin@univ-avignon.fr, Tél : 04 90 16 26 93