



La communication dans les transports publics interurbains de voyageurs

Michèle Peron

► To cite this version:

Michèle Peron. La communication dans les transports publics interurbains de voyageurs. Gestion et management. Ecole Nationale des Ponts et Chaussées, 1983. Français. NNT : . tel-00523273

HAL Id: tel-00523273

<https://pastel.hal.science/tel-00523273>

Submitted on 4 Oct 2010

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.

THESE

présentée a

L'ECOLE NATIONALE DES PONTS ET
CHAUSSEES

pour obtenir le titre de

DOCTEUR INGENIEUR

spécialité : sciences et techniques
de l'environnement

par

MICHELE PERON

SUJET : LA COMMUNICATION DANS LES TRANSPORTS PUBLICS
INTERURBAINS DE VOYAGEURS .

soutenue le 9 septembre 1983 devant le jury suivant :

President : M. Paul FUNEL, président de la session Economie des
Transports du Conseil Général des Ponts et Chaussées
Membres : M. FRYBOURG, Ingénieur Général des Ponts et Chaussées
M. DOBIAS, Directeur Départemental de l'Equipement
de l'Essonne
M. DUPUY, Directeur de l'Enseignement à l'Ecole Nationale
des Ponts et Chaussées .
M. LAFITTE, Responsable de Projet à Renault Véhicules
Industriels .

RESUME :

Cette thèse a cherché à démontrer les enjeux d'une politique de communication dans les transports publics interurbains de voyageurs. A partir de l'analyse des rôles et responsabilités des différents acteurs en jeu, tels qu'ils pourront s'exercer dans le cadre des nouvelles orientations de la loi des transports intérieurs du 30 décembre 1982, cette thèse s'est attachée à prouver la faisabilité technique, juridique et financière d'une politique continue et cohérente de communication, traitée à un niveau départemental.

MOTS CLES :

- transports publics interurbains de voyageurs, transports routiers, transports ferroviaires
- département, décentralisation, compétence
- information, promotion, marketing, publicité, communication
- clientèle, attentes, besoins
- transporteurs, collectivité locale, enjeux, responsabilités

71705

no 20692 (9)
122

ECOLE NATIONALE DES PONTS ET CHAUSSEES

T R E G I E

"LA COMMUNICATION DANS LES TRANSPORTS PUBLICS

INTERURBAINS DE VOYAGEURS"

Rapport méthodologique

Thèse de Docteur Ingénieur
présentée par Michèle PERON
sous la direction conjointe
de Messieurs Michel FRYBOURG et Paul FUNEL

PARIS - 1983

26



RAPPORT METHODOLOGIQUE

- Préalable
- LE SUJET DE THESE
- LA METHODOLOGIE
 - A) Le recueil de données
 - B) La synthèse
 - C) Les propositions
- PRINCIPAUX RESULTATS DES TRAVAUX D'ANALYSE ET DES PROPOSITIONS
- CONCLUSION

P R E A L A B L E

Cette thèse de docteur-ingénieur a été rendue possible grâce à une demi-bourse versée par l'Ecole Nationale des Ponts et Chaussées et aux indemnités d'un montant équivalent versées par TREGIE, Groupement d'Intérêt Economique Transport Recherche Etude du groupe Renault.

TREGIE, de plus, a pris en charge la totalité des frais matériels pour la réalisation de cette thèse, dont le sujet (intitulé initialement "l'information-promotion dans les transports publics interurbains de voyageurs") avait recueilli à l'origine son intérêt et agrément.

Cette thèse de docteur-ingénieur a donc eu la particularité de s'effectuer en milieu professionnel. De ce fait, les objectifs recherchés se sont voulus appliqués.

Et c'est pourquoi, le document final de cette thèse, qui se situe à mi-chemin entre une thèse classique de recherche et un travail d'expert mené pour le compte d'un client, a donné lieu à la rédaction d'un double rapport :

- le présent rapport, plus méthodologique que concret qui traite principalement de la méthodologie développée pour mener à bien cette thèse ;

- un second rapport, dont la présentation rappelle celle d'un rapport d'études et qui est en fait une sorte de guide à l'action pour tous responsables impliqués dans un problème de communication dans les transports publics interurbains de voyageurs.

Ce second rapport s'appuie sur un montage audiovisuel destiné à être visionné par ces mêmes responsables afin de les sensibiliser au problème de la communication, et même de les convaincre de l'intérêt de mener une telle politique de communication dans leurs transports publics interurbains de voyageurs.

I - Le sujet de thèse :

Quelle est la thèse développée dans le cadre de ce travail ?

D'abord, nous nous sommes intéressés à définir le domaine d'étude, le transport public interurbain de voyageurs.

- Quel type de transport couvre-t-il ?
- Quel type d'activité ? Quel environnement juridique ?
- Qui sont les acteurs en jeu ?
- Quels sont les rapports entre entreprises privées, d'une part, collectivités territoriales et pouvoirs publics, d'autre part, dans le cadre d'un service de transport public de voyageurs ?
- Que penser des implications de la loi d'orientation des transports intérieurs du 30 décembre 1982 (promulguée au cours du déroulement de cette thèse) sur ce secteur économique ?
- Quel avenir pour les transports publics interurbains de voyageurs ? Quelles sont ses potentialités d'évolution ou non ?

Le domaine d'étude précisé, il s'agissait alors de comprendre ce que pouvait représenter la communication dans les transports publics interurbains de voyageurs (que nous désignerons dorénavant sous le sigle TP^{IV}).

Pour cela, une première approche a consisté à observer les pratiques actuelles sur le terrain en matière d'information dans les transports publics interurbains de voyageurs :

- Quelles sont ces actions ?
- Qui les réalise ? A quel coût ?

- Quel niveau de qualité, d'entretien ?
- Quelle diversité ou quelle ressemblance entre ces actions d'un département à l'autre ?
- Quel degré de cohérence entre ces actions dans un même département ?

Cette approche a été complétée par une réflexion sur les relations du produit transport public interurbain de voyageurs avec sa clientèle, ce qui conduisait tout naturellement à analyser la clientèle dans ses comportements, attentes et besoins :

- Qu'est ce qu'un service public ?
- Est-ce que le transport public interurbain de voyageurs est un service de consommation commercialisable ? Pour qui ?
- Qui sont les clients actuels ? Existe-t-il une clientèle potentielle ?
- Comment les clients, actuels et potentiels, perçoivent-ils le TPIV ? Quelles sont les images du TPIV ?
- Quel est le rôle et l'importance de l'opinion publique dans une politique de gestion des TPIV ?
- Que peuvent attendre les clients du TPIV ?
- Comment les divers acteurs en jeu (exploitants comme collectivités territoriales) peuvent-ils réagir à cette attente ?
- Que peut représenter une politique de communication dans les TPIV pour ces différents acteurs ?

Ce n'est qu'après ce travail préalable très important de recueil de données et d'analyse (dont nous développons ci-après la méthodologie) qu'ont pu prendre forme les résultats de cette thèse, qui pourraient se résumer comme suit :

- d'une part, mise en évidence des enjeux d'une politique de communication dans les transports publics interurbains de voyageurs ;

- d'autre part, démonstration de la faisabilité technique, juridique et financière d'une telle politique.

Mais au préalable, nous allons essayer d'apporter des éléments de réponse aux deux questions suivantes :

- pourquoi avoir axé cette recherche sur le seul transport public routier interurbain de voyageurs ? Pourquoi avoir exclu du domaine de cette recherche le transport aérien et le transport ferroviaire de voyageurs ? Dans quelles mesures, le transport urbain de voyageurs pouvait-il servir de référence au transport interurbain ?

- pourquoi avoir choisi de traiter un sujet relatif au problème de la communication, alors que le transport public interurbain de voyageurs, dans ses caractéristiques actuelles, apparaît, aux yeux de certains, comme une activité plus ou moins déclinante, qui à lui seul, aurait pu justifier une réflexion particulière. N'est ce pas là mettre "la charrue avant les boeufs" ?

Ces deux points précisés, nous développerons la problématique de cette thèse, en particulier :

- les 2 postulats de base sur lesquels s'est appuyée cette recherche, et les raisons pour lesquelles nous avons choisi ces postulats

- les hypothèses de départ que nous nous étions données, et que cette thèse a cherché à confirmer ou infirmer.

- Pourquoi avoir axé cette recherche sur le transport public routier interurbain de voyageurs ?

Le transport peut se définir comme une activité assurant le déplacement de biens, de personnes d'un point à un autre.

Dans le cadre de cette thèse, nous nous sommes intéressés aux seuls transports interurbains publics de voyageurs.

Par transport public, on entend tout transport accessible à tous, moyennant des conditions d'accès égales pour tous. Donc, les services de ramassage scolaire, ouvrier, les services privés de tourisme, les services de transport affrétés par une collectivité, une entreprise ou tout autre organisme, les services de taxi individuel ont été exclus du domaine d'étude.

Par transport interurbain, on entend tout transport non urbain et ne présentant un intérêt ni national ni international.

On exclut donc du sujet, les transports urbains de voyageurs, les transports aériens et les transports ferroviaires (réseau express) d'intérêt national ou international.

En effet par transport interurbain d'intérêt régional, on entend (dans le sens de l'IRT d'ailleurs) les transports s'effectuant sur des distances de moins de 100 km.

Donc, le sujet de recherche concernait :

- le transport public routier de voyageurs effectué par véhicules automobiles (car, mini-car, voiture particulière) effectué dans un milieu autre que urbain.
- le transport ferroviaire d'intérêt régional, ce que la SNCF désigne sous l'appellation service omnibus.

Cependant dans le cadre de cette recherche, qui rappelle le portait sur le problème de la communication-clientèle, le transport ferroviaire n'a été considéré que dans son seul aspect interface avec le transport routier, et ce pour au moins deux raisons :

- à ce jour, dans l'attente des textes accompagnant la loi d'orientation des transports intérieurs, les transports ferroviaires d'intérêt régional, en particulier dans leur aspect communication, sont encore largement tributaires de la gestion de la SNCF ;

- les caractéristiques des environnements juridiques des transports ferroviaires et routiers de voyageurs d'intérêt régional sont très différentes. Or, la mise en place d'une politique de communication dépend largement de ces caractéristiques.

En effet, la gestion de la SNCF, Société Nationale, se caractérise par des pratiques très centralisatrices, alors que le TPIV se caractérise par un marché très éclaté -dans un même département, plus de 50 transporteurs peuvent se partager le marché du transport public interurbain de voyageurs.

Cette argumentation justifiait donc une étude séparée.

Cependant, dans le cadre de la loi d'orientation des transports intérieurs, (qui devrait pleinement entrer en vigueur dans les prochaines années) cette situation risque d'évoluer avec en particulier, la régionalisation de la SNCF, les Régions s'impliquant de plus en plus dans la gestion des services ferroviaires d'intérêt régional. Mais à ce jour, aucun texte ne précise les limites d'autonomie de cette gestion.

./.

C'est pourquoi, dans l'attente de cette régionalisation, cette recherche s'est contentée d'aborder le seul aspect interface fer-route, et ce dans le sens du développement de la notion de continuité du voyage par les transports collectifs (du point de vue de la clientèle).

Il est clair, toutefois, que la plupart des recommandations techniques qui ont pu être formulées sur les actions de communications relatives aux transport routier interurbain de voyageurs pourront être aisément transposées au cas du transport ferroviaire d'intérêt régional.

Cas du transport urbain :

Bien que très différent du transport interurbain (tant au point de vue des caractéristiques de pratiques de mobilité que de l'environnement juridique), il a paru intéressant de se référer au cas des transports urbains pour au moins deux raisons :

- l'instauration du versement transport pour les villes de plus de 100.000 habitants (récemment étendu aux villes de plus de 50.000 habitants) a marqué le début du renouveau des transports urbains. On peut donc se demander si le développement des politiques contractuelles à un niveau départemental dans les TPIV, dans l'esprit de la loi d'orientation des transports intérieurs, ne pourrait pas avoir le même effet.

- de nombreux réseaux urbains se sont lancés cette dernière décennie dans d'importantes politiques de communication. Il était donc intéressant de pouvoir en tirer quelques enseignements applicables aux TPIV, en se rappelant bien sûr que transport urbain et interurbain sont deux types de transport très différents.

Pourquoi avoir traité le problème de la communication - clientèle dans les transports publics interurbains de voyageurs ?

Il est maintenant admis par tous que, après avoir connu son apogée dans les années de l'après-guerre, le transport public interurbain de voyageurs subit (ou a subi) une période de récession très accusée.

Pour certains, le TPIV apparaît comme un service vieilli, fait seulement pour ceux qui ne peuvent pas faire autrement, les résiduels.

On aurait pu chercher à expliquer plus précisément les causes de cette récession. On aurait pu également s'interroger sur les caractéristiques actuelles du TPIV, en particulier se demander si elles sont bien adaptées à la demande d'aujourd'hui. On aurait pu mener une réflexion sur le devenir et l'évolution prévisible du TPIV.

Ces questions posées, on peut alors se demander pourquoi avoir mener une recherche sur l'aspect communication (qui en fait constitue une partie du conditionnement du produit TPIV), alors que le produit lui-même pouvait être remis en question.

N'est ce pas là, comme indiqué précédemment mettre "la charrue avant les boeufs" ?

La réponse est double :

- cette thèse a eu l'avantage de se passer en milieu professionnel, TREGIE. Il est donc évident que TREGIE a cherché à bénéficier le plus possible des résultats de cette recherche et ce dans un terme relativement court. Un sujet relatif au problème de la communication s'y prêtait bien.

- de plus, dans une perspective beaucoup plus large et moins appliquée, l'étude de l'aspect communication, même sur un produit qui pourrait totalement être remis en question dans sa conception actuelle, apporte l'avantage d'une réflexion très en amont sur un aspect du produit, souvent négligé dans le cas du TPIV. En particulier, si cette thèse réussissait à faire passer auprès des différents responsables du TPIV le seul message de l'importance des enjeux de la communication dans les TPIV, même si la plupart des recommandations d'ordre technique, juridique et financier formulées dans le cadre de cette thèse, devenaient caduques, on pourrait estimer que le travail de cette thèse aurait été validé.

Comme tout travail de thèse, nous nous sommes donnés des postulats, (qui bien sûr nous ne cherchions pas à remettre en question), et des hypothèses, qui au contraire nous avons cherché à infirmer ou à confirmer par cette recherche.

. Les deux postulats de base :

- le premier postulat sur lequel nous avons bâti cette recherche était que nous travaillions sur le TPIV d'aujourd'hui et non pas de demain.

On peut en effet se demander si les pratiques de mobilité de demain seront les mêmes que celles d'aujourd'hui, en égard par exemple du développement des applications télématiques, ou encore de la mise au point d'une voiture ultra-économique.

Nota : ce postulat s'inscrit d'ailleurs dans l'esprit du paragraphe précédent, où nous avons tenté de justifier l'intérêt de mener une réflexion sur l'aspect communication d'un produit alors que ce produit risque de se modifier totalement.

- le deuxième postulat assumait qu'il existait une volonté politique de promouvoir l'utilisation des transports publics collectifs interurbains de voyageurs

En effet, si cette volonté n'existe pas, si au contraire l'usage des transports individuels est favorisé, cela signifierait qu'on ne croit plus au transport collectif, et dans ce cas, parler de communication, qui en fait une des mesures destinée à développer l'usage des transports collectifs, n'aurait aucun sens.

. les deux hypothèses de départ :

Nous avons cherché à confirmer dans le cadre de cette thèse les deux hypothèses suivantes :

- l'éclatement du marché des TPIV est une condition contraire à l'application d'une politique de communication cohérente dans les TPIV

- le département représente le bon échelon pour la mise en place d'une politique de communication dans les TPIV.

La première hypothèse résultait de l'observation de l'organisation du marché des TPIV, et des pratiques d'information sur terrain.

La deuxième hypothèse s'est formulée dans l'esprit des réglementations du droit du transport, aussi bien de l'ancien décret de 1949 que de la nouvelle loi d'orientation des transports intérieurs.

C'est donc à partir des deux postulats ci-avant cités, que nous avons cherché à prouver la validité des deux hypothèses précédentes dans l'esprit de cette recherche qui rappelons-le cherchait à démontrer aux différents intervenants les enjeux d'une politique de communication et la faisabilité d'une telle politique.

Ci-après nous développons la méthodologie employée.

En dernière partie de ce document, nous présentons les principaux résultats de cette thèse, et qui en fait, renvoient au second rapport ci-avant cité et aux divers documents d'un dossier de travail tenu à disposition de toute personne le désirant.

M E T H O D O L O G I E

Cette recherche s'est développée à partir de deux approches complémentaires :

- une approche de réflexion, basée principalement sur des recherches bibliographiques et des entretiens avec diverses personnes compétentes ;
- une approche plus empirique, basée principalement sur des enquêtes réalisées sur le terrain et des entretiens avec des professionnels, impliqués quasi-quotidiennement dans l'activité TPIV.

Le plan méthodologique développé ci-après reflète les conditions de déroulement de cette thèse. Classiquement, il se divise en 3 parties, le recueil de données, la synthèse et les propositions.

Nous en reprenons les principales étapes.

Pour chaque étape, nous décrivons les objectifs recherchés, les moyens mis en oeuvre, les limites et les difficultés d'utilisation de ces moyens.

Pour la clarté de la présentation, ces étapes ont été présentées séparément. Mais, dans la pratique, elles se sont déroulées plus ou moins simultanément.

A) Le recueil de données

1ère étape : Recherche bibliographique

Comme tout travail de recherche, il était opportun d'effectuer un travail bibliographique préalable.

L'objectif de ce travail était :

- de se familiariser avec les caractéristiques de l'activité transport public interurbain de voyageurs, en vue, entre autres, de définir le domaine d'études, le TPIV ;
- d'utiliser les acquis antérieurs de diverses études effectuées, soit sur le TPIV, soit sur le problème de l'information dans les transports publics de voyageurs.

Cette recherche bibliographique s'est effectuée auprès des centres de documentation suivants :

- centre de documentation de l'I.R.T. ;
- centre Beaubourg ;
- service de documentation du C.E.M.T., Conférence Européenne des Ministres du Transport.

La liste des ouvrages bibliographiques consultés est donnée en annexe 1 de ce présent document.

Cette recherche a été limitée du fait qu'il n'existe que peu d'ouvrages sur le transport de voyageurs, et encore moins sur l'aspect relation-clientèle.

Ceci peut d'ailleurs être apprécié comme révélateur d'une des caractéristiques de l'activité économique du TPIV qui reste, par certains côtés, une activité traditionnelle où les petites entreprises à caractère familial dominant, au moins en nombre.

2ème étape : Contacts avec organismes professionnels et diverses personnalités compétentes

Afin de cadrer et d'orienter au mieux cette thèse, il a paru intéressant, au démarrage de cette recherche, de contacter divers organismes et personnalités compétentes (quitte à rencontrer par la suite ces mêmes organismes et personnalités).

La liste de ces contacts est annexée au présent rapport.

3ème étape : Participation à 2 études sur l'information dans les transports publics interurbains de voyageurs lancées par la Direction des Transports Terrestres

La Direction des Transports Terrestres avait initialisé en 1981 deux études sur l'information dans les transports publics interurbains de voyageurs :

- la première, confiée au C.E.T.E. d'AIX-en-PROVENCE, avait principalement pour objet l'édiction de recommandations techniques sur 5 types d'action (la fiche horaire par relation, la vignette pour poteau d'arrêt et abri-voyageur, le panneau horaire à l'arrêt, la signalisation intérieure et extérieure du véhicule interurbain et le glossaire de termes en usage dans les transports publics de voyageurs) ;
- la seconde, confiée au groupement de bureau d'études TREGIE-MOUVEMENT, avait pour objet la mise au point d'un outil permettant de mesurer l'impact des actions de promotion et d'information entreprises à un niveau local, soit pour un réseau, soit pour une ligne particulière.

Ces deux études, qui se sont déroulées pendant la première année de cette thèse, ont eu un apport très positif sur cette recherche :

- elles ont facilité, entre autres, l'introduction auprès de divers milieux professionnels (UTP, Union des Transports Publics ; FNTR, Fédération Nationale des Transports Routiers ; SNCF ; RVI ; HEULIEZ ; agences de graphisme) ;
- elles ont de plus permis une participation très active à la réalisation d'une enquête par entretiens menée auprès de 180 personnes réparties sur 3 zones géographiques, zones présentant des caractéristiques de transport très différentes les unes des autres ;
- elles ont également offert une première base de résultats sur lesquels s'est appuyée pleinement cette thèse.

En particulier, les travaux du CETE d'Aix ont inspiré de nombreuses propositions techniques présentées dans le cadre de cette thèse.

De même, l'enquête auprès de la clientèle actuelle et potentielle des TPIV réalisée par le groupement des bureaux d'études TREGIE-MOUVEMENT a constitué une des principales sources d'information sur les besoins, attentes et comportements de la clientèle.

4ème étape : Enquête postale auprès de 88 Directions
Départementales de l'Equipement et de
21 Directions Régionales de l'Equipement

Ces deux enquêtes se situaient en prolongement d'un travail relativement similaire effectué en 1979 par Monsieur Paul FUNEL, alors Inspecteur Général des Ponts et Chaussées, sur le thème "Méthodes d'information du public en matière de transport de voyageurs".

Ces enquêtes par voie postale ont été effectuées au cours du 2ème trimestre 1982 et ont obtenu un bon taux de réponse (respectivement 82 % et 71 %) du fait, entre autres, d'une lettre d'introduction de Monsieur FUNEL..

On peut s'interroger sur les points suivants :

- Quels étaient les objectifs de ces deux enquêtes ?
- Pourquoi avoir interrogé les administrations départementales et régionales de l'Equipement, de préférence à d'autres interlocuteurs comme les transporteurs ou les assemblées territoriales ?
- Quelles ont été les principales difficultés de réalisation de ces enquêtes, d'exploitation et de traitement de l'information ?
- Quelles limites à ce type d'enquête ?

* Quels étaient les objectifs de ces deux enquêtes ?

- Ces enquêtes voulaient avoir une portée nationale, aussi exhaustive que possible sur l'ensemble des départements et des régions, ce qui semblait donc exclure toute forme d'enquête autre que par voie postale
- Le domaine couvert concernait comme indiqué précédemment le transport public interurbain de voyageurs, à l'exclusion de celui de l'Ile de France.
C'est pourquoi les enquêtes ont concerné 21 régions, excluant la région Ile de France et 88 départements, excluant les 7 départements de cette même région.
En effet, le transport de voyageurs de l'Ile de France constitue un cas très particulier, très différent du transport de voyageurs de province, nécessitant une étude pour lui tout seul.
- L'enquête auprès des 88 départements s'était donnée comme objectif d'obtenir les informations suivantes :
 - . description signalétique simple de la situation transport sur ces 88 départements ;
 - . recensement, description et appréciation des pratiques de l'information dans les transports publics interurbains de voyageurs de chaque département selon 6 grands types d'action (indicateur horaire, fiche horaire, point d'arrêt, gare, véhicule, action de promotion) ;
 - . obtention d'idées et suggestions sur ce qu'il serait souhaitable de réaliser, sur qui devrait le réaliser, comment et à quel prix.
- L'enquête auprès des 21 régions a cherché plus à obtenir un point de vue général, et des idées et suggestions qu'une description signalétique des transports publics interurbains de voyageurs à l'intérieur de chaque région.

En particulier, cette enquête a tenté de recueillir les informations suivantes :

- . la définition d'un transport public interurbain régional de voyageurs ;
- . le rôle actuel de la région en la matière ;
- . le niveau de sensibilisation des régions au problème du TPIV ;
- . des idées et suggestions, également, sur ce qu'il serait souhaitable de réaliser, sur ce qui devrait le réaliser, comment et à quel prix.

* Pourquoi avoir dirigé ces enquêtes sur les administrations départementales et régionales de l'Equipement

On aurait certes pu chercher à interroger les élus, par exemple les assemblées départementales et régionales. Mais, d'une part, il n'est pas certain que ces diverses assemblées auraient été à même de répondre de façon suffisamment précise sur le sujet, d'autre part, il n'est pas sûr non plus que ces mêmes assemblées auraient participé de façon significative à ce type d'enquête pour des raisons par exemple de disponibilité temporelle.

De même, il aurait pu paraître intéressant de chercher à contacter les 3 000 professionnels exerçant une activité de transport par l'intermédiaire d'un échantillonnage, aussi représentatif que possible, (qui aurait pu être défini avec l'aide des associations professionnelles de représentation nationale).

Mais, cette forme d'enquête par voie postale nous a plus ou moins été déconseillée du fait que les entreprises de

de transport sont très souvent, trop à leur sens, sollicitées par des enquêtes à caractère plus ou moins obligatoire.

C'est pourquoi, les administrations départementales et régionales ont paru représenter un des interlocuteurs privilégiés à contacter dans le cadre de ces enquêtes.

En effet, les DDE ont été légalement depuis le décret de 1949 et ce pendant plus de 30 ans, impliqués dans l'organisation et le contrôle de l'exploitation des TPIV.

De plus, les DDE présentaient le bon niveau territorial pour avoir un point de vue global sur la situation de l'information dans les TPIV sur l'ensemble du département.

Il est clair cependant que le point de vue exprimé n'est pas celui d'un professionnel du terrain, mais bien d'une administration, et que les résultats devront être appréciés en conséquence.

De même, les objectifs visés par l'enquête auprès des régions conduisaient assez naturellement à interroger les DRE qui paraissaient avoir un niveau territorial suffisamment élevé pour avoir un point de vue global sur le transport public d'intérêt général, et dont on pouvait espérer une bonne participation à ce type d'enquête.

* Quelles ont été les principales difficultés de réalisation de ces enquêtes, d'exploitation et de traitement de l'information ?

La forme d'enquête par voie postale n'a pas posé en elle-même de grandes difficultés.

Le taux de participation à ces 2 enquêtes a été très bon, supérieur à 80 % pour l'une et à 70 % pour l'autre.

Les difficultés ont plus résidé dans l'élaboration de ces questionnaires et dans le traitement de l'information recueillie.

Les modèles des questionnaires sont joints en annexe 2 de ce présent rapport.

- Enquête auprès de 21 Directions Régionales de l'Équipement

Les objectifs recherchés par cette enquête étaient, rappelons le, avant tout de nature qualitative. De ce fait, le questionnaire a été conçu de façon très ouverte, comme une sorte de guide-réponse.

En conséquence, aucun traitement systématique et quantitatif des informations obtenues auprès de 15 régions ayant répondu ne pouvait être envisagé. L'exploitation des informations ne pouvait être que qualitative.

L'avantage de la forme très ouverte de cette enquête a résidé dans la diversité et richesse des informations recueillies.

On peut regretter cependant le manque d'information obtenu sur certains points, en particulier sur l'aspect financier.

Les principaux résultats de cette enquête auprès des directions régionales de l'Équipement sont consignés dans le document annexe III du dossier de travail ci-avant mentionné.

- Enquête auprès des 88 Directions Départementales de l'Équipement

Contrairement au questionnaire précédent, le questionnaire auprès des DDE a été conçu de façon très fermée, afin entre autres de répondre aux objectifs de nature très descriptive et quantitative que s'était donnée cette enquête.

Le niveau de connaissance atteint sur le sujet au moment de la rédaction de ce questionnaire a bien sûr profondément marqué sa forme et son contenu.

Il est certain, que si nous étions aujourd'hui amenés à rédiger un questionnaire de ce type, il prendrait une toute autre forme.

En particulier, la première partie concernant les 5 types d'actions d'information serait traitée de façon très différente. Alors que nous avons cherché à couvrir de façon aussi exhaustive chacune de ces 5 actions, aujourd'hui, nous ne rechercherions pas l'exhaustivité, mais au contraire à poser quelques questions plus "typées", révélatrices d'un état d'esprit, d'une situation...

De plus, la forme des réponses serait plus directement conçue en fonction du traitement de l'information, ce qui aurait évité un recodage que nous avons été obligé d'effectuer en vue d'un traitement informatique et qui nous a conduit à perdre une partie de l'information.

* Quel traitement de l'information ?

En accord avec les objectifs fixés dans le cadre de cette thèse, le traitement de l'information devrait permettre :

- de décrire statistiquement les pratiques de l'information dans les TPIV des départements français ;
- de dresser une typologie départementale caractéristique des départements et de leur situation transport ;
- de chercher à démontrer l'existence de similitude des pratiques de l'information par type de département ;
- de se donner des éléments d'information pour des propositions de montage juridique et financier d'une politique départementale de communication dans les TPIV adaptée à chaque type de département.

Pour atteindre ces objectifs, nous avons appliqué différentes méthodes d'analyses multivariées (tri à plat, tri croisé, analyse de régression linéaire, typologie) par traitement informatique sur un APPLE 2 PLUS.

L'ensemble des données recueillies a été codé sous forme de réponses à 34 questions :

- 8 variables caractérisant le département ;
- 8 variables caractérisant la situation transport ;
- 18 variables caractérisant les pratiques de l'information.

Les variables utilisées sont des variables discrètes (réponses codées de 1 à 6 maximum).

* Quelle limite de ce traitement de l'information ?

- Ce traitement a montré très nettement l'insuffisance du niveau d'information recueilli sur les pratiques de l'information dans les TPIV, en particulier.

- le manque de précision des données initiales (recueillies, rappelons le, par enquête postale menée auprès des Directions Départementales de l'Équipement) ;
- les limites d'utilisation de variables discrètes dichotomiques (de type oui-non).

Cependant, cette enquête par voie postale auprès des Directions Départementales a eu l'avantage de l'exhaustivité (plus de 80 % de réponse). Elle a également permis :

- de caractériser la notion de département moyen et de la relativiser (par les écarts-type) ;
- de dresser un tableau statistique des pratiques en information ;
- d'établir une typologie caractéristique de la situation des transports publics interurbains de voyageurs dans les départements.

Malheureusement, aucune dépendance n'a pu être mise en évidence entre cette typologie et les pratiques d'information, eu égard entre autres, comme indiqué ci-avant, au niveau de précision des données initiales.

5ème étape : Etude approfondie menée sur 13 départements avec entretiens auprès de transporteurs des administrations et élus (éventuellement)

* les objets

En prolongement des 2 enquêtes menées par voie postale auprès des administrations départementales et régionales de l'Équipement, il a été réalisé une étude approfondie avec visite sur le terrain auprès de 13 départements représentatifs des différents types de situation transport qu'on peut rencontrer.

L'objet d'une telle étude était au moins triple :

- observer sur le terrain de visu les pratiques de l'information ;
- analyser, à partir de situations réelles, les différents types d'organisation du marché des transports les rapports entre les différents acteurs en jeu ;
- plus précisément, essayer d'appréhender l'attitude des professionnels du transport à l'égard du problème de l'information dans leur activité, le transport public et routier de voyageurs.

* l'échantillon retenu

L'échantillon de départements retenu pour cette étude plus approfondie, a été établi en fonction de 3 types de critères :

- critère de nature géographique, urbanistique et socio-économique (zone rurale, urbanisée, zone de plaine, de montagne, de littoral, zone d'activité agricole, industrielle, tertiaire, zone en expansion, ou régression économique) ;
- critère lié à l'organisation du marché des transports (marché éclaté ou monopolisé, marché public ou privé, taille des entreprises) ;
- critère lié à la sensibilité locale aux transports de voyageurs (mesurée entre autres par l'état d'avancement des études de schéma, l'engagement financier des collectivités locales dans le TPIV).

L'échantillon retenu s'est composé de 13 départements

* méthode d'enquête retenue

Pour chaque département, il était prévu :

- une visite de 1 à 2 jours sur le terrain ;
- des entretiens avec un représentant de la DDE ;
- des entretiens avec 2 transporteurs en moyenne par département retenus du fait de leur caractère "intéressant" signalé par les DDE.

En conséquence, l'échantillon des 22 entreprises interrogées ne peut pas être considéré comme vraiment représentatif de la réalité. En effet, seules les entreprises, assurant, soit une part importante du transport régulier du département (donc en général de taille importante), soit reconnues pour leur dynamisme, ont été retenues.

Le biais introduit dans l'échantillon peut se justifier par le fait que l'objet de cette enquête auprès des entreprises de transport était d'appréhender les attitudes des professionnels, vis-à-vis du problème de l'information, ce qui conduisait à s'intéresser préférentiellement aux entreprises dites "porteuses d'opinion".

L'annexe 3 du dossier de travail, ci-avant mentionné, reprend les principaux résultats de cette enquête auprès des entreprises de transport.

* limites de ces enquêtes

Les limites de cette enquête tiennent plus en fait au peu de temps passé par département, ce qui est avant tout dû à un problème de moyens et non de méthode.

On peut cependant considérer que la vingtaine de jours passés sur le terrain a été d'un apport très positif dans le cadre de cette thèse, tant au point de vue de la richesse des contacts avec les professionnels du transport, que de

l'observation de visu de la réalité des pratiques de l'information dans les transports publics interurbains de voyageurs.

De plus, les observations et analyses faites sur le terrain ont apporté des éléments d'information essentiels, pour le travail prospectif, concernant l'évolution prévisible du transport public interurbain de voyageurs.

6ème étape : Participations à divers séminaires

Dans le cadre de cette thèse, il a été possible de participer à divers séminaires et journées d'information. Ces séminaires représentent certes des sources d'information très intéressantes, mais ce sont aussi des lieux privilégiés permettant de rencontrer diverses personnes de compétences très différentes.

La liste des séminaires et journées d'information auxquels nous avons participé dans le cadre de cette thèse est annexée au présent rapport.

7ème étape : Etude du cas de la SNCF

Bien que cette thèse concernât principalement les transports publics routiers interurbains de voyageurs, les transports ferroviaires de voyageurs étant appréhendés essentiellement dans leur interface avec le transport routier, comme indiqué précédemment, il a paru intéressant d'étudier le cas de la SNCF sur au moins 2 aspects :

- l'analyse du traitement de la communication (autre que interne) par la plus grande entreprise de voyageurs française. Comment ? Quelle décentralisation ? Quelles actions ?

- l'étude de l'interface train-route, ce qui conduisait à analyser un produit désigné dans le cadre de cette thèse sous l'appellation "TRAIN-PLUS", à savoir un système intégré de transport collectif dont le train assure la composante principale.

La méthode d'analyse a consisté à interroger divers agents des 2 principales directions de la SNCF impliquées dans la gestion de la communication :

- la Direction Commerciale Voyageurs ;
- la Direction de la Communication.

Nous remercions tout particulièrement Monsieur ESTOURNET, Directeur de la Direction Commerciale Voyageurs, qui a facilité notre introduction auprès de ces deux Directions. Nous tenons également à remercier l'ensemble des personnes pour leur accueil et disponibilité, et qui nous ont aidées dans cette recherche d'information.

Les résultats de cette petite étude menée auprès de la SNCF sont consignés dans le chapitre IV du dossier de travail, ci-avant mentionné.

Nota 1 : Nous aurions souhaité mener un travail un peu similaire auprès de la RATP. Mais, nous n'avons pu obtenir que des renseignements fragmentaires, insuffisants pour rédiger un rapport global sur le cas de la RATP.

Cependant, cette thèse s'est appuyée largement sur diverses expériences et auprès d'études qui ont pu être réalisées par la R.A.T.P. :

- les études du comportement du voyageur (urbain) ;
- la politique des centres d'échanges, des points d'arrêts
- les campagnes de publicité menées par la RATP.

Nota 2 : Dans le cadre de cette thèse, il avait été prévu initialement de mener un travail d'investigation sur au moins 3 pays de la Communauté Européenne (la Grande-Bretagne, la République Fédérale Allemande, et la Suisse), afin entre autres de :

- comparer la situation des transports publics interurbain de voyageurs avec celle de la France ;

En particulier, le cas de la République Fédérale Allemande, pays de tradition hautement fédérale, aurait pu donner des informations importantes, quant à la gestion décentralisée d'un service public de transport au niveau d'un Land, ou d'une communauté de transport (Verkehrsband).

- analyser les pratiques de l'information et de promotion dans ces pays : qui fait quoi ? Quelles sont les obligations réglementaires ? Quel niveau de standardisation ? Quelles actions ?

Ainsi, le cas de la Suisse, avec la mise en place récente le 23 mai 1982 d'un horaire cadencé sur tout le réseau ferroviaire suisse, mise en place qui s'est accompagnée d'une importante campagne d'information et de promotion, aurait été sans doute d'un enseignement intéressant pour le cas français.

De même, il aurait été intéressant d'analyser le cas de la Grande-Bretagne, où 2 grosses entreprises nationales, NBC (National British Compagny) et SBG (Scottish British Group) détiennent le quasi-monopole des transports publics de voyageurs.

Malheureusement, il n'a pas été possible de trouver le financement pour ces 3 voyages d'études de 3 à 5 jours en Suisse, Grande-Bretagne et République Fédérale Allemande.

Aussi, les informations recueillies sur les cas étrangers, qui résultent d'une enquête par voie postale menée auprès des diverses administrations et organismes impliqués dans le transport public interurbain, ont été insuffisantes pour tirer des enseignements précis applicables au cas français.

B) La Synthèse

Après cet important travail de recueil de données et d'analyse, la synthèse a été établie selon les 3 orientations suivantes :

- appréciation du transport public interurbain de voyageurs dans ses caractéristiques actuelles et ses potentialités d'avenir ;
- appréciation de la situation actuelle en matière d'information dans les TPIV. En particulier, nous avons cherché à comprendre les raisons de la situation actuelle, et ce par l'étude des rôles et des rapports existants entre les divers acteurs en jeu dans les TPIV.

Nous avons également cherché à mettre en évidence d'un point de vue très technique et analytique, les principaux types d'action d'information et de promotion ;

- appréciation de l'importance de la communication dans les TPIV, de deux points de vue :
 - . du point de vue de la clientèle, actuelle et potentielle : quels sont ses besoins ? Que pense-t-elle du TPIV, ou quelles sont les images du TPIV ? ;
 - . du point de vue des responsables du TPIV, transporteurs comme collectivités locales, en particulier comment appréhender les enjeux que peut représenter pour eux la communication.

C) Propositions

Les propositions ont cherché à démontrer aux divers acteurs en jeu dans les transports publics interurbains de voyageurs, dont les transporteurs et les départements :

- d'une part, les enjeux d'une politique de communication
- d'autre part, la faisabilité technique, juridique et financière d'une telle politique de communication traitée à un niveau départemental.

Nous donnons, ci-après, l'essentiel des travaux d'analyse et des propositions (qui sont développées beaucoup plus longuement dans les documents ci-avant mentionnés: le rapport final de thèse, et le dossier de travail).

PRINCIPAUX RESULTATS DES TRAVAUX D'ANALYSE ET DES PROPOSITIONS

Le résumé, ci-après, s'ordonne en 4 points :

- 1) Le transport public interurbain de voyageurs dans ses principales caractéristiques et potentialités d'évolution ;
- 2) La situation actuelle en terme d'information et de promotion dans les TPIV ;
- 3) Les enjeux de la communication dans les TPIV, tant du point de vue du client que des responsables impliqués dans la gestion du TPIV ;
- 4) Enfin, la démonstration technique, juridique et financière d'une politique de communication menée à un niveau départemental.

1) Le transport public interurbain de voyageurs dans ses principales caractéristiques actuelles et ses potentialités d'évolution

Nous rappelons que le transport concerné est le transport public routier interurbain de voyageurs des départements de province. L'ensemble des transports privés et les transports de voyageurs de l'Ile de France sont donc exclus du domaine d'étude. Les transports ferroviaires et urbains sont appréhendés dans leur seule interface avec le transport routier.

Le TPIV est une activité économique importante, puisqu'il représente plus de 30.000 entreprises, 50.000 salariés, 30.000 autocars. Mais c'est une activité qui a été marquée depuis l'après-guerre par un relatif immobilisme, qui s'est même traduit par un certain déclin.

De plus, ce secteur présente l'ambiguïté d'être un secteur à dominante privée où l'activité exercée présente des caractères de service public.

Cette situation devrait sans aucun doute évoluer avec l'application des décrets de la loi d'orientation des transports intérieurs du 30 décembre 1982.

Mais ces décrets, au jour de la réalisation de cette thèse, étaient encore à paraître.

De ce fait, le travail prospectif mené dans le cadre de cette thèse revêt un caractère incertain. Ce travail a cependant été conduit dans l'esprit de la loi d'orientation des transports intérieurs.

A notre sens, deux faits devraient marquer l'évolution des TPIV.:

- la contractualisation des transports publics non urbains de voyageurs, rendue obligatoire par l'article 30 de la loi, dans les 4 années à venir ;
- la participation de plus en plus importante des Collectivités Départementales à la gestion de leurs TPIV, ce qui semble donc désigner tout naturellement l'échelon territorial du département pour la gestion des TPIV.

A l'instar de ce qui s'est passé pour les transports urbains dans les années 70, avec l'instauration du versement transport le développement des politiques contractuelles et l'engagement parallèle des départements devrait entraîner un renouveau des TPIV.

Ce renouveau à notre sens ne peut s'effectuer sans la participation des professionnels. Cela devrait se traduire dans les faits par une simplification, du marché, avec en particulier la création d'association professionnelle départementale, chargée de défendre au mieux les intérêts de la profession et de concevoir au niveau de chaque département en concertation avec les assemblées départementales, une politique départementale pour leurs FPIV.

2) La situation actuelle en terme d'information et de promotion dans les transports publics interurbains de voyageurs

L'analyse de la situation actuelle a porté principalement sur 5 types d'action :

- les actions au point d'arrêt ;
- les actions concernant les informations horaires (documents horaires, panneau horaire au point d'arrêt, dans les centres d'échanges, centre de renseignement) ;
- les actions de signalétique sur le véhicule interurbain
- les actions dans les gares, aux interfaces fer-route, urbain-interurbain ;
- les actions de promotion.

L'analyse a traduit :

- un vieillissement de la situation et des pratiques en la matière

Ainsi, la plupart des équipements au point d'arrêt datent de l'après-guerre. De même, des bâtiments voyageurs n'ont pas été modernisés depuis leur création, depuis plus de 30 ans parfois.

- une hétérogénéité des pratiques en matière d'information dans un même département, et d'un département à l'autre.

Ainsi, dans un même département, où en moyenne 28 entreprises se partagent le marché des transports réguliers de voyageurs, on peut rencontrer 28 types de car interurbain avec 28 types de signalisation très différente.

De même, les documents horaires à usage du public, conçus en général à l'initiative de l'entreprise, peuvent revêtir de multiples formes, depuis la simple photocopie jusqu'au livret horaire relié, avec tous types de format possible.

- et parfois une absence totale d'action ne permettant pas de satisfaire le niveau "normal" de confort ou d'information que serait en droit d'attendre un client.

Que penser des abris transformés en panneau d'affichage sauvage, ou de points d'arrêts ne comportant aucune signalisation, que seul l'habitué peut connaître ? Que dire de ces terminus interurbains, où le voyageur cherche en vain l'endroit où attendre son car ?

Comment expliquer cette situation ?

On peut avancer les raisons suivantes :

- l'exécution d'un service à caractère public par une entreprise privée, avec l'appauvrissement, en particulier sur le plan rémunérateur, de ce service ;
- la multiplicité des entreprises de transport exploitant au moins une ligne régulière dans un même département, ce qui pourrait gêner une action cohérente départementale

3) Les enjeux de la communication dans les transports publics interurbains de voyageurs

- du point de vue de la clientèle :

Le transport public interurbain de voyageurs est un service rendu à la clientèle. En ce sens, le TPIV se définit par rapport aux attentes de la clientèle, et les actions de communication sont une des réponses à cette attente.

Certes, le client attend l'information mode d'emploi, condition nécessaire d'accès aux TPIV. Mais cette information mode d'emploi n'est pas suffisante.

Le client actuel comme potentiel est en droit d'attendre l'information qui lui donnera envie d'utiliser les TPIV : c'est la communication image.

- du point de vue du gestionnaire :

La communication mode d'emploi est maintenant devenue obligation réglementaire dans le cadre de la loi d'orientation des transports intérieurs. Elle fait partie intégrante du produit.

La communication image est en fait le reflet de l'intérêt porté par le gestionnaire à sa clientèle. Or, dans la situation actuelle, ce souci de la clientèle doit devenir un impératif permanent de gestion : en effet, la clientèle n'est plus spontanée. Certes, il existe une clientèle résiduelle plus ou moins obligée, mais qui ne porte pas en elle les germes d'un transport public dynamique en expansion.

C'est par la communication-image que le gestionnaire a la possibilité de convaincre un autre type de client de l'existence et de l'intérêt d'utiliser les TPIV et de développer son activité.

- La communication est la pierre de base sur laquelle se construira la notion de système intégré de transport collectif de voyageurs. Or, le développement de cette notion, qui est en fait celle de la continuité du voyage par les transports collectifs est la meilleure action de promotion des transports collectifs au détriment de la voiture particulière. Et le traitement de la communication, en particulier aux interfaces entre modes de transport, contribuera au développement de cette notion.

4) Faisabilité technique, juridique et financière d'une politique de communication

L'objet n'est pas de décrire la politique de communication et ses conditions d'application, ce qui d'ailleurs n'est pas possible en regard de l'extrême diversité de situations que l'on peut rencontrer, en particulier en terme d'organisation du marché des transports.

L'objet est de démontrer :

- la faisabilité technique d'une telle politique, en particulier par l'établissement d'un plan un peu théorique d'action et surtout d'un budget correspondant ;
- la faisabilité juridique et financière d'une telle pratique, avec la définition des rôles et responsabilités des divers intervenants dans la mise en place de cette politique, ce qui constitue un des garants du maintien et suivi d'une telle politique dans le temps.

Cette triple démonstration s'est appuyée sur deux notions qui peuvent paraître contradictoires :

- la notion de département moyen ;
- la notion de typologie départementale caractéristique des situations-transport (voir paragraphe 3.1.4. du dossier final de thèse).

Mais, au préalable, avant de rappeler les principaux points de cette triple démonstration, on peut essayer de valider l'hypothèse du choix de l'échelon départemental pour la mise en place d'une politique de communication.

En accord avec l'esprit de la loi d'orientation des transports intérieurs, le département semble être le niveau territorial choisi pour gérer les TPIV, et en particulier leur politique de communication.

De plus, une politique de communication doit être conçue à un niveau territorial suffisamment élevé pour avoir une portée d'action globale dans le sens de la continuité du voyage par les transports collectifs.

Enfin, le département semble présenter l'environnement institutionnel adéquat dans lequel peut se mettre en place une politique de communication.

Il est certain cependant que dans certains cas, le TPIV se définit plus par rapport à la notion de pays que par rapport à la notion administrative du département.

Ceci, à notre sens, n'entre pas en contradiction avec l'établissement d'une politique départementale de communication, qui tout en respectant la spécificité locale, assurera la cohérence d'actions d'un pays à l'autre.

Faisabilité technique :

Le plan théorique d'action donné page 108 du dossier final de thèse s'applique à un département moyen de 480 000 habitants, dont les 90 lignes régulières sont exploitées par 28 entreprises de transport.

Le plan théorique a donné lieu à l'estimation d'un budget départemental communication dont nous reproduisons les principaux éléments :

Dépenses de fonctionnement : 1.650.000 F/an, soit 3,45 F/an/habitant, donc :

- 350 000 F pour les actions portant sur les informations horaires
- 350 000 F pour les dépenses d'entretien pour équipement au point d'arrêt
- 300 000 F pour les dépenses de fonctionnement pour l'ensemble des centres d'échanges du département
- 400 000 F pour les dépenses liées aux actions de promotion et de relations publiques
- 100 000 F pour les dépenses d'enquêtes clientèles
- 150 000 F pour les dépenses de fonctionnement d'une cellule communication.

Dépenses d'investissement :

Type d'investissement	dépense globale d'investissement	hypothèse d'amortissement	dépense annuelle d'investissement
poteau (1000 poteaux)	1.500.000 F	amorti sur 10a	150.000 F
abri (300 abris)	600.000 F	amorti sur 20a	300.000 F
centre d'échanges	4.500.000 F (estimé)	amorti sur 20a	225.000 F
véhicule (160 véh.)	10.100.000 F	moyenne d'âge 5 ans	1.100.000 F

C'est en fait entre 4 et 5 % du chiffre d'affaires transport régulier et scolaire d'un département qui devraient être affectés aux seules dépenses de fonctionnement des actions de communication.

Enfin, dans le cadre de la démonstration de la faisabilité technique, par type d'action, nous avons élaboré des recommandations techniques (cf. § 3.2.4. du document final de thèse

Faisabilité juridique et financière :

La démonstration de la faisabilité juridique et financière d'une politique départementale de communication s'est basée :

- sur la typologie départementale caractéristique de la situation transport dans le département de province établie dans le cadre de cette thèse ;

- sur des travaux prospectifs menés sur l'évolution possible de l'organisation du marché des transports, ce qui a donné lieu à l'établissement de 5 scénarios, décrits dans le § 3.1.5., à partir de la page 20 du document final de thèse.

Ces scénarios reposent sur 5 types de contractualisation possible dans les TPIV, dans l'esprit de la loi d'orientation des transports intérieurs.

A partir de ces scénarios, nous avons élaboré des propositions concernant les conditions de montage juridique et financier de la politique départementale continue, cohérente et permanente dans les TPIV.

Ces propositions ont concerné la définition des compétences, du statut juridique et des ressources financières, dont devrait disposer l'autorité départementale chargée de la communication dans les TPIV. (cf. § 3.3.2. et 3.3.3. du document final de thèse).

Il est important d'insister sur les points suivants :

- l'application et la définition d'une politique de communication résultera nécessairement d'une politique de concertation entre département et transporteurs ;

Cette politique de concertation définira clairement qui doit assumer le risque commercial de l'activité TPIV.

- cette concertation devrait être facilitée avec le développement des politiques contractuelles telles prévues par la loi d'orientation des transports intérieurs, et avec la création d'association professionnelle par département ;
- ensemble, transporteur et département définiront le statut juridique, les compétences et les ressources dont sera dotée l'autorité départementale chargée de la communication.

Son statut pourra être selon les cas, un GIE, une cellule intégrée à une société, au Département, une Société Commerciale et Industrielle.

Les ressources devront être permanentes en ce qui concerne le financement des dépenses de fonctionnement et certaines dépenses d'investissement, comme l'équipement des points d'arrêt en poteau et le renouvellement du matériel roulant.

C O N C L U S I O N S

Cette thèse s'était donnée des objectifs concrets : apporter des éléments d'information à tous responsables impliqués dans l'activité transport public interurbain de voyageurs et confrontés à un problème de communication.

C'est ainsi, que pour chaque type d'action d'information et de promotion, nous avons élaboré une série de recommandations techniques simples pouvant être aisément appliquées.

Cependant, dans le cadre de cette thèse, nous avons cherché à faire passer le message de l'importance des enjeux de la communication dans les TPIV, et de l'application d'une politique de communication traitée à un niveau départemental.

Ce message s'est étayé sur la démonstration de la faisabilité technique, juridique et financière d'une telle politique départementale de communication.

Trois idées-force semblent ressortir de cette démonstration :

- le développement de politique contractuelle dans les TPIV ;
- le développement du rôle des départements dans la gestion des TPIV ;

- et, enfin, le développement des associations professionnelles départementales, qui, en concertation avec les départements, définiront une politique pour leur TPIV, en particulier de communication, et les conditions de sa mise en place.