

Séminaire TPU – Politique des Transports

Le financement des transports publics urbains dans
l'agglomération lyonnaise

VA Transports 2012 – 2013

Quentin EISENZIMMER
Mathieu KERMEL
Maxime LAFILLE
Robin LECONTE



Table des matières

Perspectives financières.....	3
I – Examen du compte consolidé SYTRAL 2001 – « Au fil de l’eau ».....	3
II – Conséquences financières des politiques volontaristes.....	3
Première partie	7
I – Répartition du financement des transports publics urbains.....	7
II – Rôle et objectifs de la tarification.....	9
III – Scénarios de politique tarifaire	10
Deuxième partie	13
I – De la théorie à la pratique : les choix faits en matière de tarification par les réseaux de TPU français	13
II – Trois cas d’évolution tarifaire.....	15
Premier cas : avril 2001 :	15
Evolution du nombre de déplacements annuel selon les différents titres de transport.....	17
Second cas : adaptation tarifaire septembre 1997 :	17
Troisième cas : rentrée 2009 :.....	19
Bilan de l’étude de cas :.....	20
III – La politique sociale	22
IV – La question de la fraude.....	24

Le financement des transports publics urbains dans l'agglomération lyonnaise

Perspectives financières

I – Examen du compte consolidé SYTRAL 2001 – « Au fil de l'eau ».

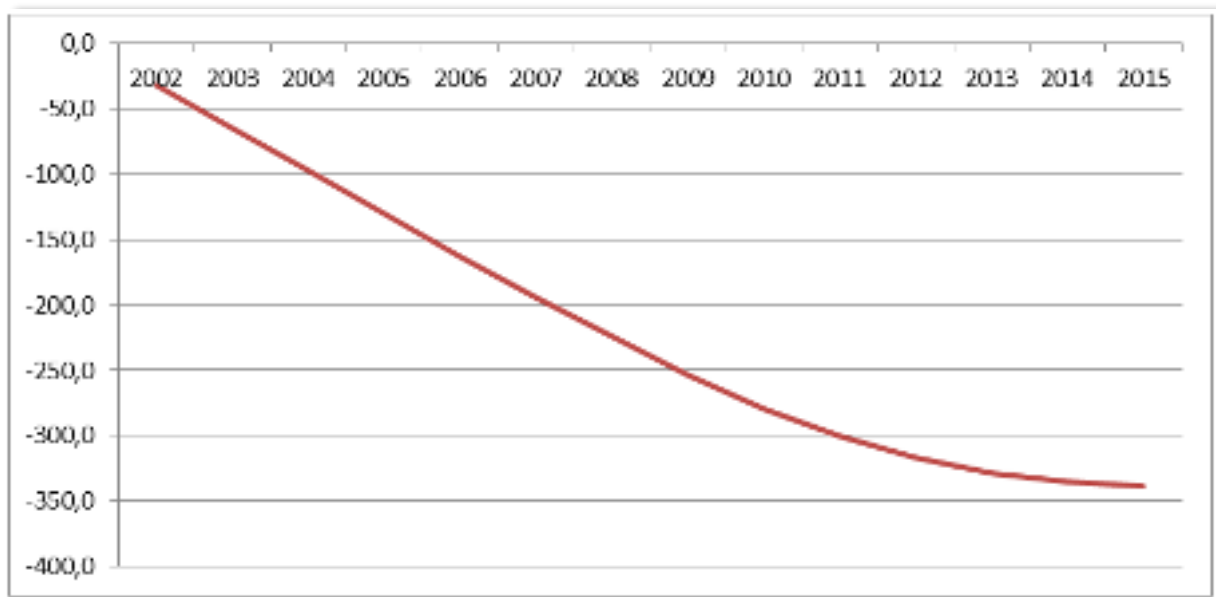


Figure 1 – Simulation du bilan consolidé cumulé, recettes au fil des années

Pour une simulation dans une logique « au fil de l'eau », en ne tenant compte que de l'inflation (ici à 2% par an), le bilan consolidé cumulé se dégrade de 2002 (-32 M€) à 2015 (-338,4 M€).

Les recettes principales proviennent des contributions des collectivités locales, du versement transport ainsi que des recettes trafic. Les dépenses principales sont quant à elles dues au paiement des employés ainsi qu'aux remboursements des emprunts.

La figure 1 illustre donc le fait que sans politique particulière de développement le bilan pour le SYTRAL n'est pas viable sur le long terme. D'où la nécessité de palier à cela via un plan d'actions.

II – Conséquences financières des politiques volontaristes.

Augmentation du taux du versement transport : de 1,75 à 1,80 %.

En augmentant les taxes des entreprises sur le transport de 1,75 à 1,80 %, le bilan consolidé cumulé redevient nul à partir de 2010 puis croît jusqu'en 2015. Voir figure ci-dessous :

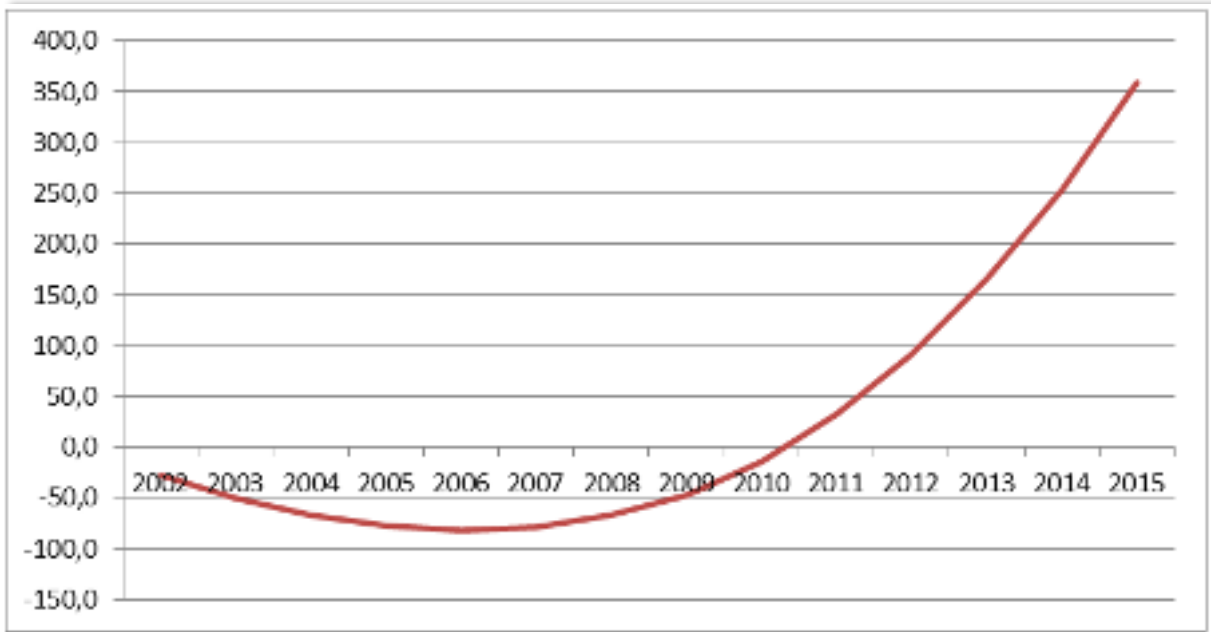


Figure 2 – Influence de l'augmentation du taux du versement transport.

Pourtant, même si cette augmentation conduit à un bilan très positif, cette taxe peut peser sur les entreprises. Dès lors, ce constat peut induire des baisses de fréquentation, par exemple.

Augmentation des tarifs.

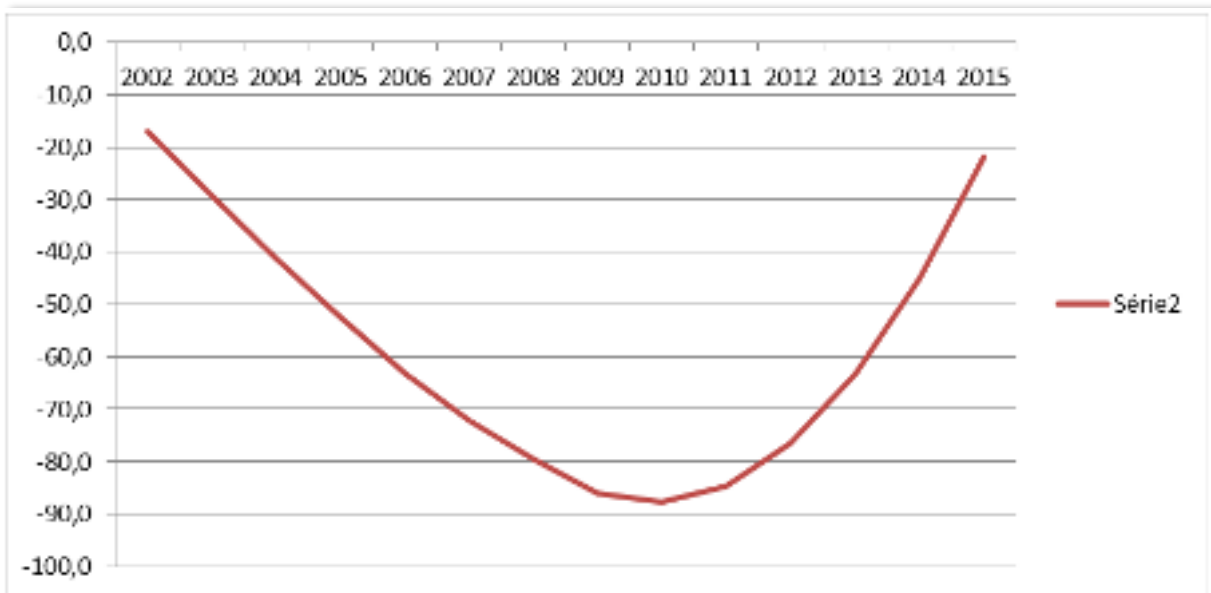


Figure 3 – Influence d'une augmentation tarifaire.

Avec une augmentation des tarifs de 10 %, le déficit du bilan diminue à partir de 2009-2010 et tend à s'équilibrer en 2015-2016. Pourtant ce calcul ne représente pas la réalité puisqu'il suppose qu'une augmentation des tarifs de 10 % induit une augmentation des recettes de 10 %. Or ce dernier point est sensiblement inexact puisque toute augmentation des prix a une influence sur les usagers : certains décideront en effet, de changer de mode de transport, impliquant des baisses de recettes vis-à-vis du SYTRAL.

Influence de la baisse de l'inflation : de 2 à 1,5 %.

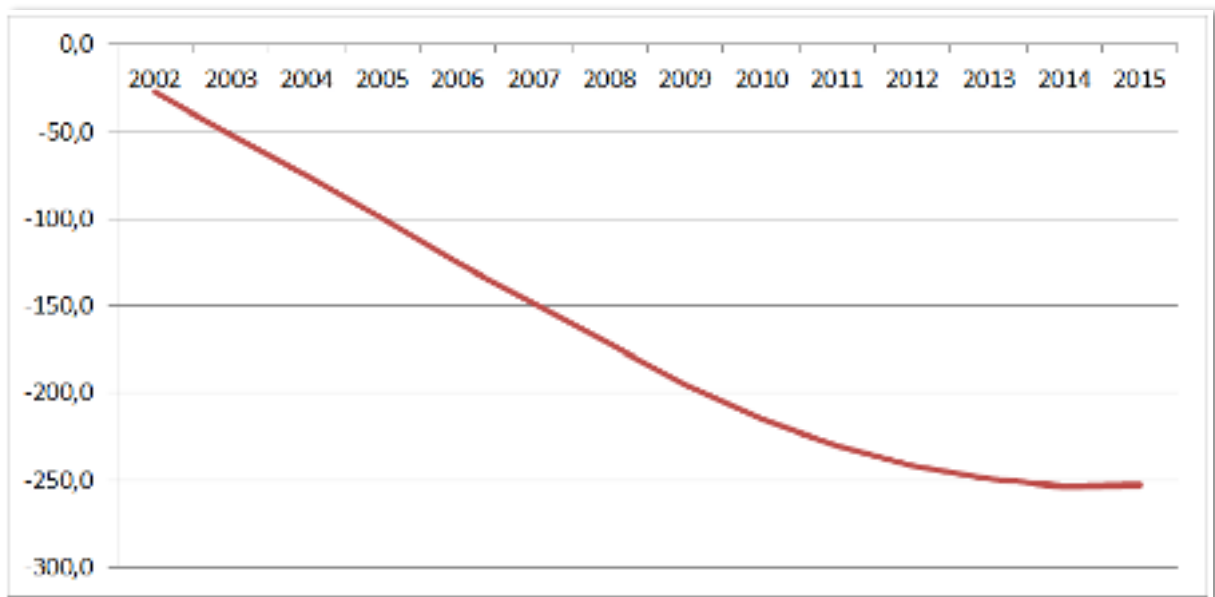


Figure 4 – Influence d'une diminution de l'inflation.

Pour une diminution de l'inflation de 0,5 %, le déficit est toujours là, mais il atteint un minimum moins important que dans le cas « au fil de l'eau ». De plus, à partir de 2014, ce déficit diminue car le bilan consolidé de cette même année devint positif.

Influence d'une inflation à 5 % :

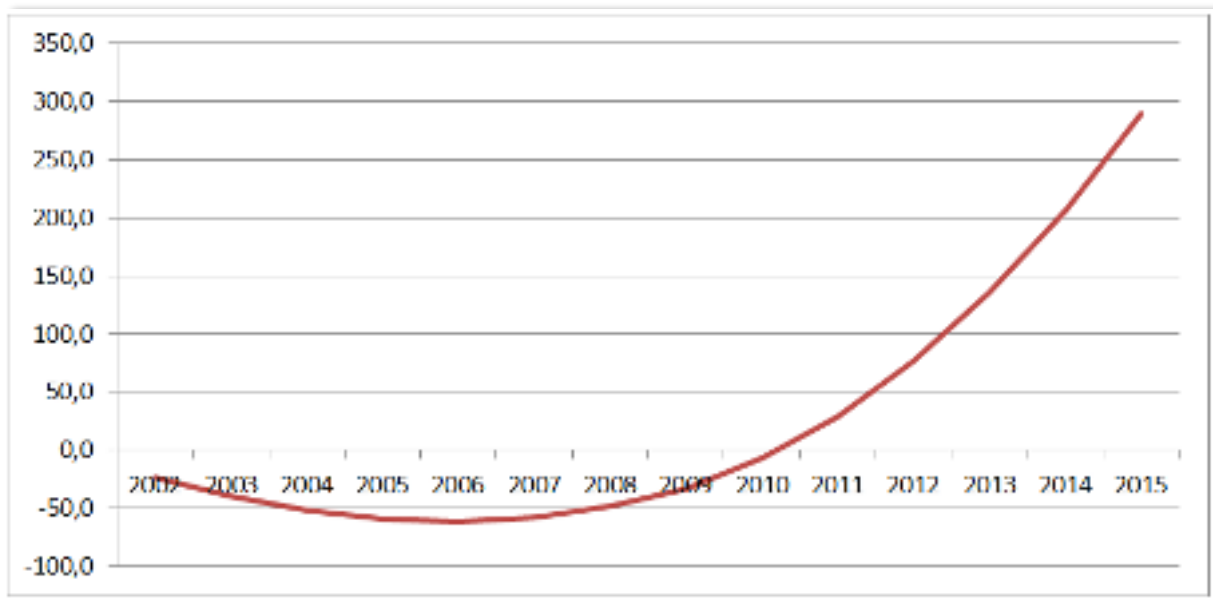


Figure 5 – Influence d'une inflation à 5 %.

Une inflation à 5 % induit un bilan cumulé positif à partir de 2010. Cette inflation augmente les dépenses et les recettes, et a pour effet de réduire la part de la dette dont le montant à rembourser chaque année est fixe. Une augmentation de l'inflation a donc un effet positif mais en pratique, il n'est pas possible – vis-à-vis du SYTRAL – d'augmenter l'inflation. Ceci est d'autant plus vrai, aujourd'hui avec la mise en place de l'euro, qui réduit les marges de manœuvre des pays membres de la zone euro.

Etude de scénarios contrastants

Scénario 4 : La tarification, outil de politique sociale et commerciale

Première partie

I – Répartition du financement des transports publics urbains

1. Les personnes ou les groupes qui bénéficient des transports publics urbains sont :
 - Les employeurs qui disposent d'un marché de l'emploi à l'échelle de l'agglomération grâce aux réseaux de transport public.
 - Les commerçants dont l'activité est stimulée par une bonne desserte de transport collectif.
 - Les promoteurs immobiliers ou les propriétaires de terrains ou d'immeubles qui bénéficient des plus-values apportées par les équipements de transport public
 - Les automobilistes en bénéficient également puisque les transports collectifs assurent une part importante des déplacements aux heures de pointe.
 - Les collectivités publiques puisque les transports en commun assurent une part importante des déplacements domicile travail des salariés des entreprises publiques, des administrations et de l'éducation nationale.
2. Parmi ces bénéficiaires, chacun à sa manière finance les transports publics urbains. Les employeurs remboursent par exemple les dépenses de transport en commun de leurs salariés utilisant un abonnement pour les déplacements domicile-travail à hauteur de 50%.

L'automobiliste français contribue également au financement des infrastructures de transport collectif : on le taxe de 0,7 centimes d'euros par litre de carburant. Ce fond récolté est destiné à financer des investissements dans les domaines des infrastructures de transport.

Les collectivités publiques participent elles aussi au financement des transports publics urbains : remboursements de tarifs réduits à caractère social, financement des investissements de modernisation ou d'extension mais surtout la prise en charge du déficit d'exploitation.

Le versement transport contribue en grande majorité au financement des T.P.U. par le biais des employeurs privés ou publics du moment qu'ils emploient plus de 9 employés.

3. Les possibles répartitions pour les non-usagers seraient d'investir dans des péages urbains dans les grandes agglomérations. Ce système par contre est lourd d'investissements.

Une autre possibilité serait de faire payer une redevance aux ménages suivant leurs catégories sociales leur permettant d'accéder au réseau de T.P.U. de leur région. Bien à eux ensuite de choisir s'ils veulent utiliser ou non ce réseau.

4. Face aux besoins croissants, plusieurs solutions sont envisagées concernant les usagers. Il s'agit principalement des différenciations tarifaires selon le trajet que ce soit des modulations tarifaires en fonction du moment de la journée ou alors en fonction de la distance. La première solution offrirait des avantages tarifaires en heures creuses aux usagers, la seconde quant à elle admettrait plusieurs variantes : tarif par sections, tarif par zones.
5. En principe, seuls les automobilistes dont les conditions de circulation sont améliorées par l'existence des T.P.U. devraient participer à leur financement. Or ce sont les automobilistes qui circulent sur les itinéraires empruntés par les T.P.U. qui sont responsables des surcoûts d'exploitation.

On peut donc distinguer 3 contributions différentes de financement des T.P.U. pouvant être effectuées par les automobilistes.

- Contributions liées à la possession des véhicules : deux possibilités envisagées mais peu satisfaisantes au niveau de l'équité et par rapport aux bénéfices retirés et aux coûts engendrés. La première possibilité est la taxe additionnelle sur les contrats d'assurance qui peut être modulée selon le lieu de résidence, du type d'utilisation du véhicule et de la catégorie de véhicule. La seconde est la vignette locale.
- Contributions liées à l'usage des véhicules : là encore deux possibilités sont envisagées. La première est la taxe additionnelle à la taxe intérieure sur les produits pétroliers. Si l'on applique une surtaxe de 0,8 centimes d'euros sur l'essence et le super à la France entière, le bénéfice serait de 150 millions d'euros par an. Mais cette dernière contribution devrait être votée en précisant de nombreux critères qui ne seront pas équitables pour tous. La dernière possibilité est la majoration des tarifs des amendes de police en matière de circulation routière, le rendement resterait tout de même modeste.
- Contributions liées à l'usage des véhicules dans les zones encombrées. Plusieurs possibilités sont envisagées. Il s'agit de la taxe sur le stationnement, la licence de circulation, les péages électroniques ou encore la taxation sur le kilométrage parcouru dans une zone contrôlée.

II – Rôle et objectifs de la tarification

1. *Les objectifs assignés à la tarification dans les TPU* : D'une façon générale, la tarification des services publics a trois objectifs :

- Couvrir les coûts de production par les recettes
- Une orientation du choix des usagers
- La redistribution sociale des revenus.

Dans le cadre des TPU, les objectifs assignés à la tarification visent à :

- Equilibrer les dépenses, entièrement ou partiellement. *Objectif commercial.*
- Orienter les flux de voyageurs de façon optimale. *Objectif économique.*
- Avoir un rôle social dit « redistributif ». *Objectif social.*

2. *Différentes tarifications pour répondre aux objectifs* :

- **Objectif commercial.** Pour équilibrer les dépenses il est possible d'établir une tarification unique au coût moyen de production. En effet dans le cas d'un syndicat comme le SYTRAL, il y a une situation de monopole naturel. A cette tarification, il y a équilibre entre dépenses et recettes : c'est l'équilibre budgétaire. (Tarification A)
Remarque : on fait l'hypothèse ici, que le coût moyen de production ne varie pas au cours de la journée. Dans le cas contraire, voir ci-dessous.
- **Objectif économique.** L'orientation des flux de voyageur de façon optimale peut se faire par une modulation horaire des tarifs. Un peu à l'image de la SNCF qui pratique un système de période bleue et blanche, il s'agit ici d'augmenter les tarifs en heures de pointe et de les baisser en heures creuses. Cette tarification se justifie du fait que le coût marginal de production d'un service de transport en heure de pointe est plus élevé que celui en heure creuse ; d'où l'augmentation des prix. (Tarification B)
- **Objectif social.** Cet objectif peut être rempli via une modulation des prix à caractère sociale. Autrement dit, différents prix sont pratiqués en fonction de divers caractères sociaux. Les « indicateurs » utilisés peuvent être – à titre non exhaustif – le quotient familial et l'âge. Ainsi les moins aisés payent moins cher que les autres, qui ont des revenus plus importants. (Tarification C)

3. Contradictions vis-à-vis de l'atteinte simultanée de tous les objectifs.

Les trois types de tarification précédemment cités ne sont pas tous compatibles.

- Tarification A <-> C : La première préconise une tarification unique égale au coût moyen de production du service : il n'y a donc pas de cohabitation possible avec une tarification sociale qui suppose l'application de tarifs différents selon certains critères sociaux.
- Tarification B <-> C : La première applique des prix différents en fonction de la demande en heure de pointe ou non. Les deux tarifications ne sont pas incompatibles mais impossibles à mettre en place puisque l'on parlerait de « tarification sociale à modulation horaire ». Il faudrait moduler chaque prix des tickets en heure de pointe qui sont déjà modulés d'un point de vue social en heure creuse. Cette tarification serait trop complexe.
- Tarification A <-> B : « Tarification au coût moyen à modulation horaire ». Cette tarification est possible puisque le prix de départ, en heure creuse, est le même pour tous. En fait c'est la tarification B.

III – Scénarios de politique tarifaire

1. Politique tarifaire – temps de réalisation.

Une politique tarifaire a besoin de temps pour se réaliser car tous les usagers potentiels du service concerné ne vont pas souscrire à un abonnement (par exemple) le jour même de la mise en place de la nouvelle tarification. Il faut en effet un certain temps pour que l'offre se diffuse et que les usagers l'adoptent. Cette « diffusion » passe par le bouche à oreille, la publicité... Ce processus se compte généralement en années. Le nombre d'usagers vis-à-vis de la nouvelle tarification croit pendant cette période.

2. Effet à court et long terme sur le déficit :

- *D'un supplément systématique, pendant 20 ans, de 1% de l'augmentation du tarif moyen par rapport à l'inflation générale.*

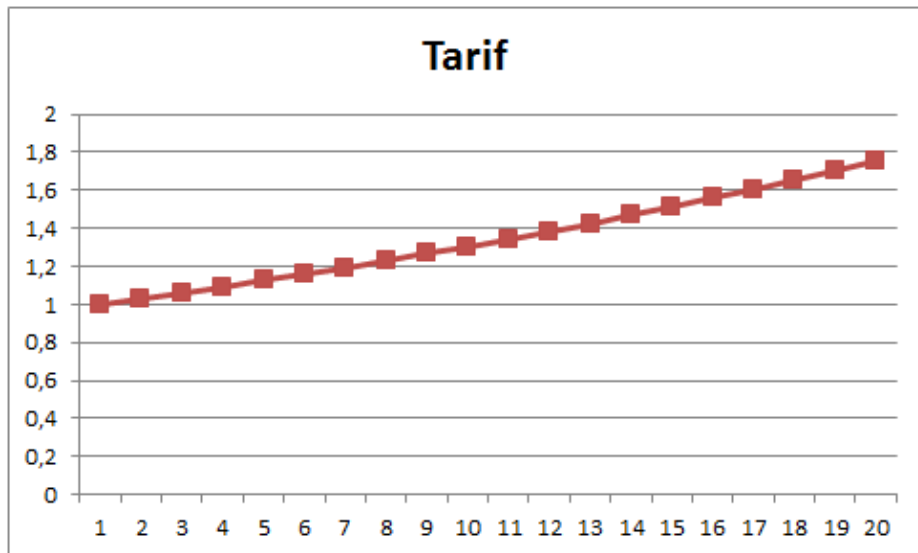
Hypothèses : Tarif à l'année 1 = 1

Clientèle à l'année 1 = 100

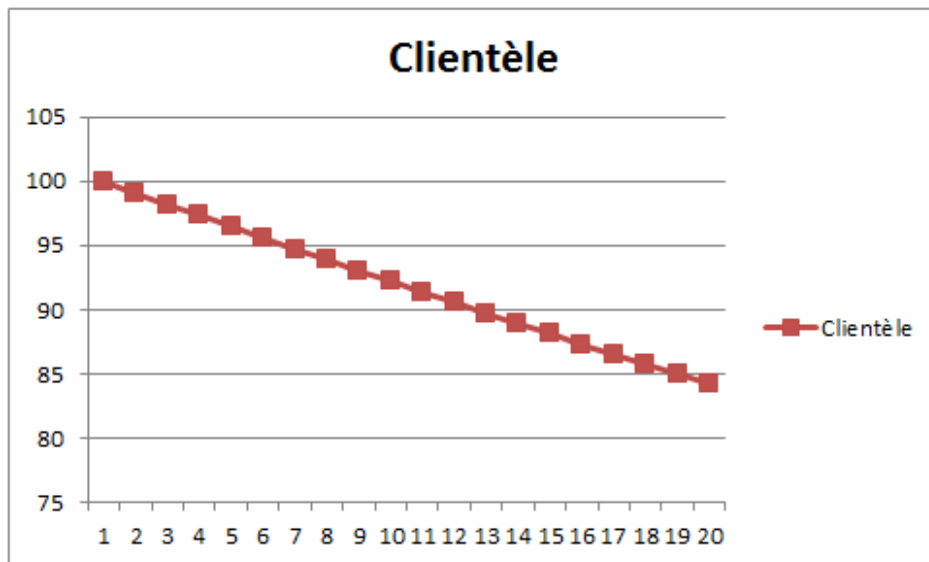
Elasticité de la clientèle : - 0,3

Augmentation du tarif : inflation + 1 %

Inflation : + 3 % / an



Evolution du tarif sur 20 ans.

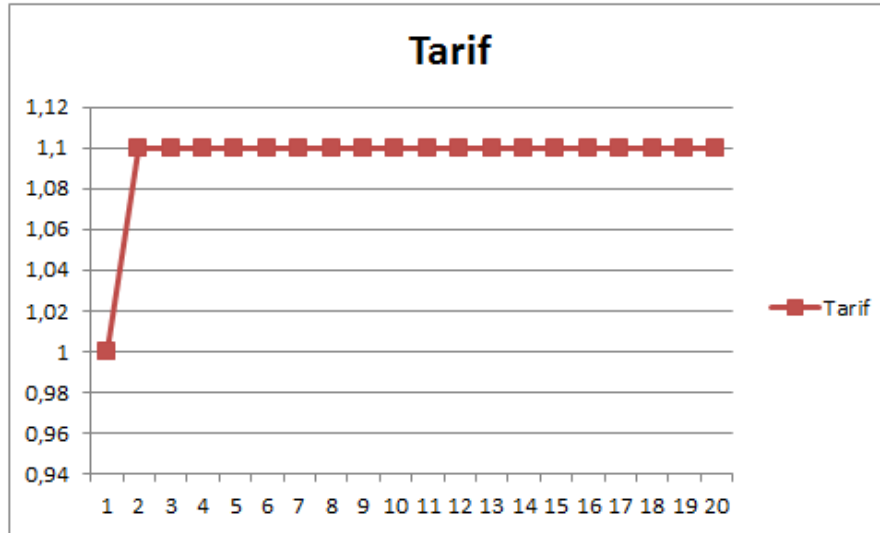


Evolution de la clientèle.

Séminaire TPU – Politique des Transports

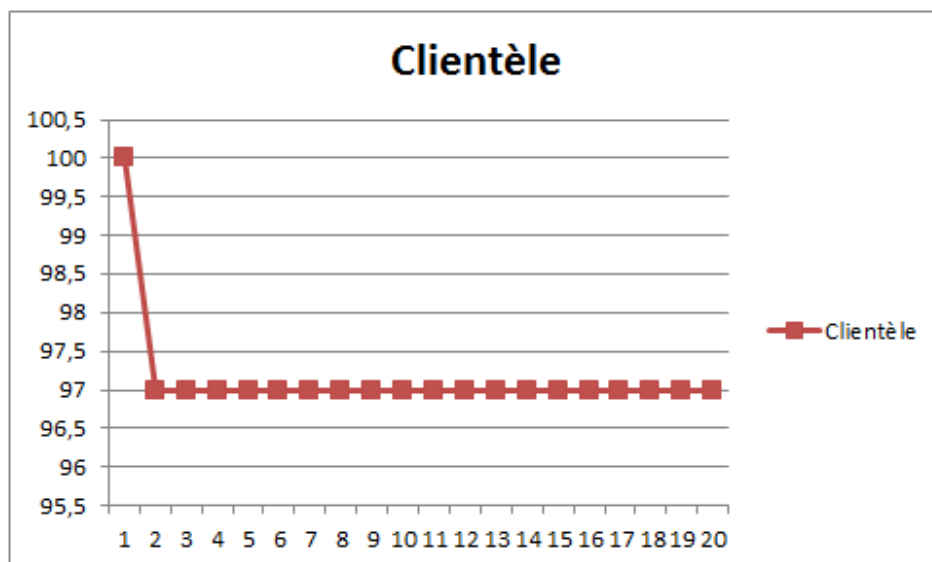
La clientèle, du fait de son élasticité négative décroît sur 20 ans si chaque année les prix connaissent une augmentation de l'inflation plus 1 %.

- D'une hausse de 10 % en début de période.



Hausse de tarif de 10 % en début de période.

L'augmentation est ici ponctuelle. Il y a donc une baisse de 100 à 97 de la clientèle. Tarif et clientèle restent constants de l'année 2 à 20.



Evolution de la clientèle sur cette même période.

3. Combiner les politiques tarifaires.

On cherche ici, à palier une augmentation des tarifs.

Une augmentation du tarif, en vertu de l'élasticité de la clientèle, fait fuir certains usagers. Il s'agit donc de trouver un moyen de minimiser ces fuites.

- Mise en place d'une nouvelle politique tarifaire avec une augmentation croissante des prix : une politique tarifaire se met en place sur la durée. Or, avec des augmentations des prix, des usagers vont quitter le service. On peut donc espérer que les nouveaux usagers qui arriveront peu à peu compenseront ceux qui quittent le service.
- Hausse ponctuelle du prix : la hausse ponctuelle va induire des pertes de clients. Mais si celle-ci est justifiée par la mise en place d'un nouveau service, cette perte peut être compensée par l'arrivée de nouveaux usagers qui trouveront une utilité dans ce dernier service. Encore ici, il faudra compter quelques mois ou années avant que la nouvelle politique tarifaire se réalise.

Deuxième partie

I – De la théorie à la pratique : les choix faits en matière de tarification par les réseaux de TPU français

1. *Les caractéristiques des politiques tarifaires menées par les réseaux de TPU français depuis 30 ans.*

La caractéristique principale de la politique tarifaire menée depuis 30 ans est d'adapter les prix des billets aux usagers. Cela se traduit notamment par la mise en place de tarifs réduits pour les jeunes, les personnes du troisième âge, les plus défavorisés (par exemple les RMIstes et maintenant les bénéficiaires du RSA)...

Il existe par ailleurs d'autres tarifs pour les familles nombreuses. Et concernant les autres usagers qui sont soumis au plein tarif ; eux aussi peuvent bénéficier d'offres avantageuses. Parmi celles-ci, on peut citer le carnet de ticket qui, en 1996, faisait économiser 25 % du prix de chaque ticket. Mais aussi tous les abonnements qui s'adaptent au déplacement de chacun : domicile-travail ; école-travail... Rien qu'en 2006, la TCL ne proposait pas moins de 8 abonnements pour les déplacements réguliers, 6 formules de tickets pour les déplacements occasionnels et enfin 5 tickets pour les déplacements de proximité et de loisirs. Par ailleurs, ces offres n'incluent pas les subventions externes qui permettent à d'autres catégories d'obtenir certains forfaits à des prix préférentiels comme les fonctionnaires, par exemple.

L'idée derrière ces tarification des TPU est d'offrir un large panel d'offre en vue de satisfaire le de clients possible.

2. La politique commerciale

- *La segmentation de la clientèle* : Parmi les titres de transport destinés à un usage particulier, on peut citer le ticket TCL « Liberté soirée ». Ce ticket à 2,60 € permet d'utiliser le réseau TCL de 19h jusqu'à la fin du service en toute liberté. C'est un ticket rentable lorsqu'il est prévu de faire plus d'un trajet dans la soirée. D'une manière similaire, le pass 24h de la Régie des Transports Marseillais (RTM) permet d'utiliser le réseau marseillais librement pendant 24h.



Pass 24H/72H

Pass valable 24h ou 72h à partir de la première validation, pour un nombre illimité de voyages, sur le réseau RTM. Il est en vente sur les distributeurs Métro et Tramway, chez les vendeurs agréés RTM et dans les points de vente RTM Saint Charles et Espace Clients Bourse.

5€ / 10,50€

TRANSTICK

Figure 6 - Pass Liberté de la RTM

D'autres titres de transport adaptés sont imaginables tels que des abonnements offrant un nombre déterminé de trajet par jour ou par semaine – pour coller au plus près des attentes de chacun. Mais la segmentation a ses limites.

Premièrement, si l'offre est trop importante ou trop vaste (une multitude de forfaits divers et variés), il y a un risque qu'elle soit difficilement lisible par les clients et difficilement gérable.

Aussi, la segmentation établie un nombre fini de « classes » dans lesquelles tous les usagers sont censés pouvoir s'insérer. Mais ces classes, en se reposant sur les catégories socio-professionnelles, par exemple, ne prennent pas en compte d'autres attentes spécifiques des clients qui ne sont pas nécessairement chiffrables. Autrement dit, même si les tarifs s'adaptent à une majorité d'usagers, certains ne peuvent être entièrement satisfaits.

Au regard de ces deux observations, la limite de la segmentation est qu'il est difficile d'offrir des forfaits personnalisables à 100 %.

- *Avantages de la monétique* : La monétique permet d'avoir un accès simple et rapide aux titres de transport. Elle permet aussi, par exemple, de recharger rapidement sa carte d'abonnement. Et c'est dans ce sens-là que la monétique permet d'adapter sa consommation à ses besoins : recharger de tant d'euro sa carte pour tant de jours.

Suite à un partenariat SYTRAL - Crédit Mutuel - CIC, la carte d'abonnement TECELY sera prochainement rechargeable sur les distributeurs de billets des deux banques concernées.

- *L'adaptation des différents tarifs* : Il est nécessaire d'adapter au mieux les tarifs de chacun des titres les uns par rapport aux autres. En effet, l'opérateur du service de transport peut gagner beaucoup si un grand nombre d'utilisateurs ont souscrit à un service même s'il n'est pas cher. Par ailleurs, les utilisateurs « classiques » sans réductions particulières peuvent équilibrer le budget de l'opérateur ; c'est-à-dire aider indirectement au financement des tarifs sociaux.

II – Trois cas d'évolution tarifaire

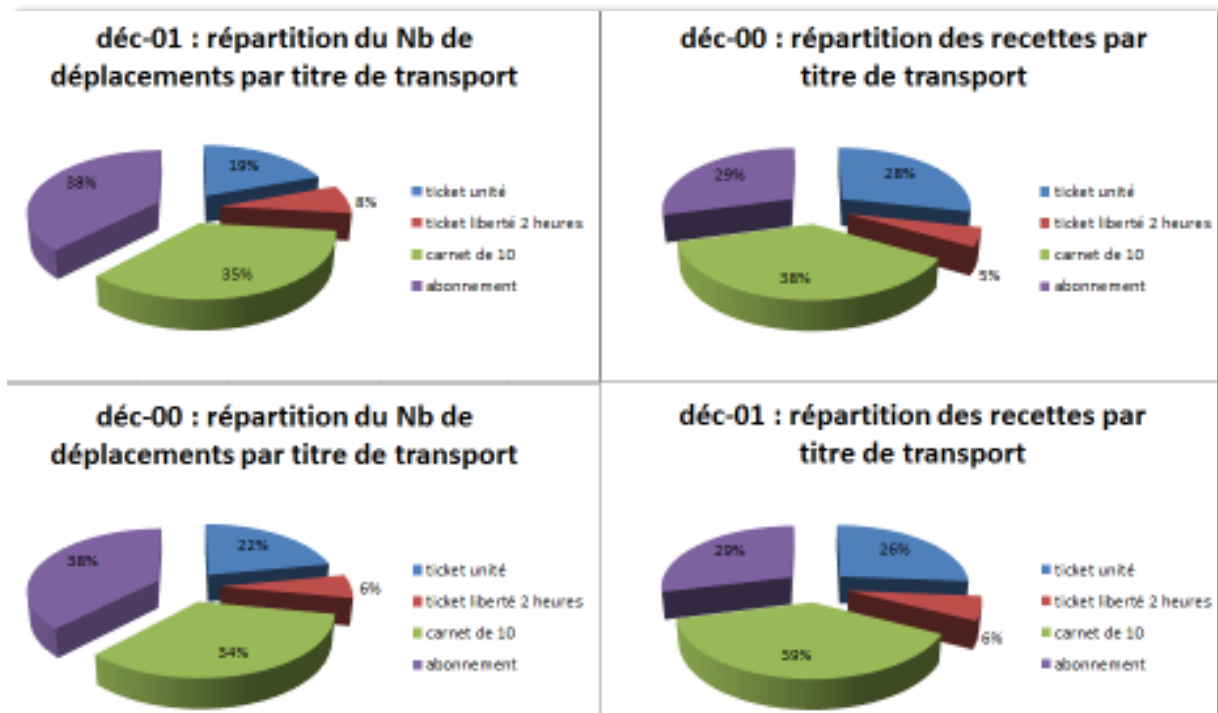
Premier cas : avril 2001 :

Le premier cas correspond à des augmentations tarifaires sur quatre types de titres de transport :

- Hausse du prix du ticket à l'unité : de 8F à 8,50F ; soit une augmentation de 6,3%.
- Hausse du prix du ticket Liberté 2 heures : de 10F à 10,50F ; soit une augmentation de 5,0%.
- Hausse faible du prix du carnet de 10 : de 68F à 68,50F ; soit une augmentation de 0,7%.
- Hausse faible du prix de l'abonnement mensuel : de 282F à 283F ; soit une augmentation de 0,4%.

		déc-00			déc-01	
	prix (en F)	Nb déplacements	recettes (en F)	prix (en F)	Nb déplacements	recettes (en F)
ticket unité	8	1338319	10148391	8,5	1194231	9621882
ticket liberté 2 heures	10	367786	1743062	10,5	455940	2269670
carnet de 10	68	2083610	13429903	68,5	2177936	14141102
abonnement	282	2313182	10458588	283	2332735	10579848
total		6102897	35779944		6160842	36612502

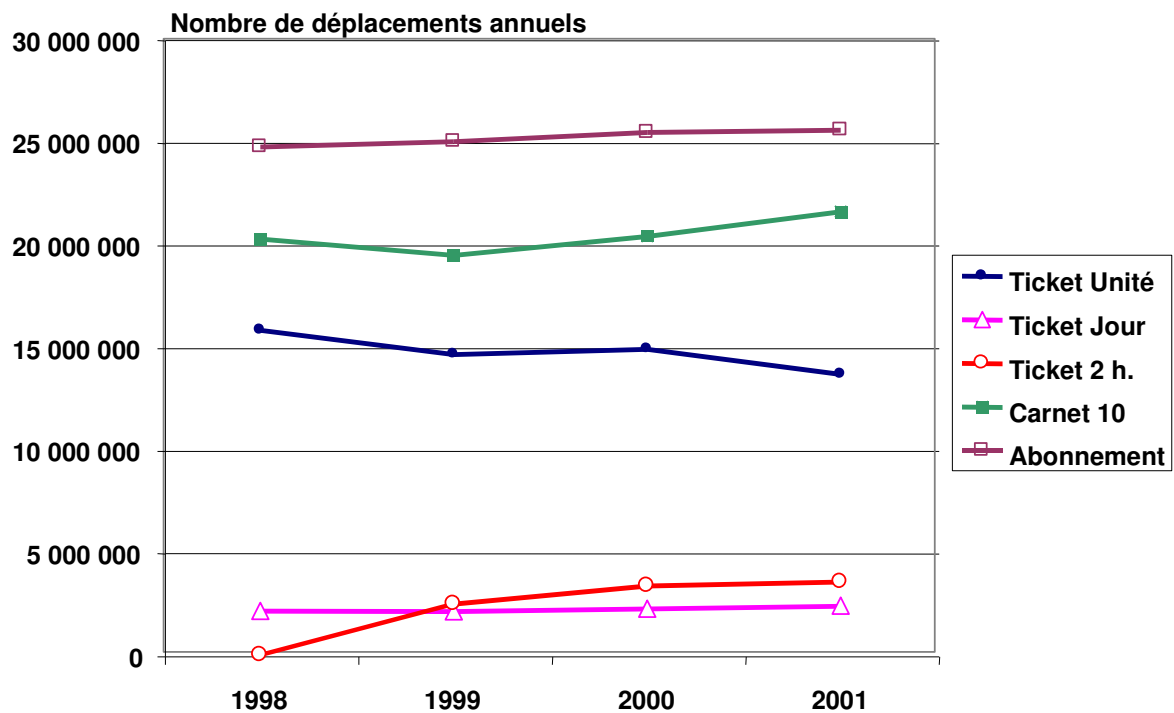
Séminaire TPU – Politique des Transports



		variations entre déc-00 et déc-01	
	prix (en F)	Nb déplacements	recettes (en F)
ticket unité	6,3%	-10,8%	-5,2%
ticket liberté 2 heures	5,0%	24,0%	30,2%
carnet de 10	0,7%	4,5%	5,3%
abonnement	0,4%	0,8%	1,2%
total		0,9%	2,3%

On se rend compte ici que la hausse du prix du ticket unité (de 6.3%) a fait que les usagers se sont reportés sur l'offre intermédiaire du ticket liberté 2 heures (augmentation de 24% des déplacements utilisant ce titre de transport). On peut remarquer que ce titre de transport 2 heures n'est pas un titre fidélisant. Ce report des tickets unité vers les tickets Liberté n'est sans doute pas le but recherché : en augmentant les tarifs des titres unité et Liberté on n'a pas réussi ici à reporter les usagers vers les abonnements qui sont des moyens de fidélisation de l'utilisateur du réseau.

Evolution du nombre de déplacements annuel selon les différents titres de transport



On voit ci-dessus la diminution des achats de tickets unité qui vient se reporter surtout sur les tickets 2 heures et un peu sur les carnets de 10 tickets. On remarque aussi que le nombre de déplacements annuels utilisant les abonnements est stagnant : ce qui montre bien que la politique tarifaire n'est pas efficace pour fidéliser les usagers.

glissement tarifaire	hausse pondérée
0,993021689	0,995678615

En examinant ici le glissement tarifaire et la hausse pondérée on se rend compte que le changement de tarif a eu un effet négatif sur les recettes du réseau.

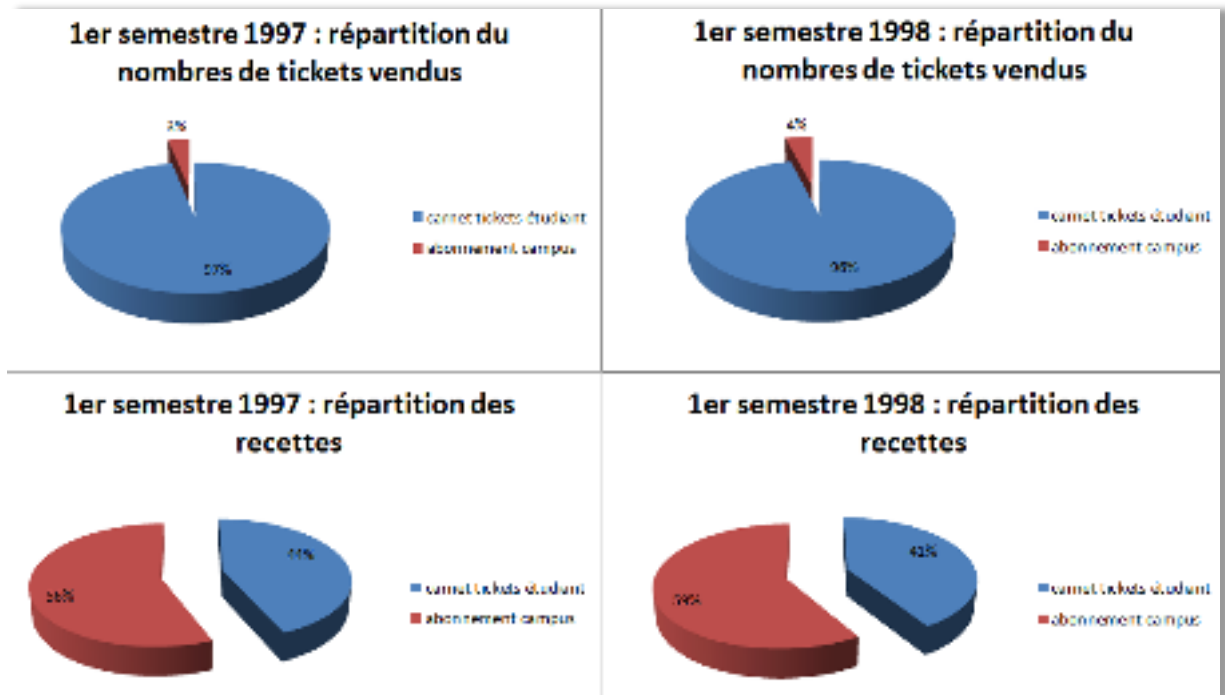
Second cas : adaptation tarifaire septembre 1997 :

Cette adaptation concerne les étudiants, qui constituent une clientèle importante. En effet, les étudiants représentent près d'un cinquième de l'ensemble des déplacements réalisés sur le réseau des transports collectifs lyonnais.

L'adaptation tarifaire comprend :

- Une baisse de l'abonnement étudiant de 221F à 200F.
- Une hausse du prix du carnet de 10 tickets étudiants de 55F à 58F.

Séminaire TPU – Politique des Transports



	1er semestre 1997			1er semestre 1998			
	Nb de tickets vendus	recettes (en F)	tarif moyen	Nb de tickets vendus	recettes (en F)	tarif moyen	variation du tarif moyen
carnet tickets étudiant	4039870	22219285	5,5	3870720	22450176	5,8	5,5%
abonnement campus	129708	28665910	221	160088	32008820	199,945155	-9,5%

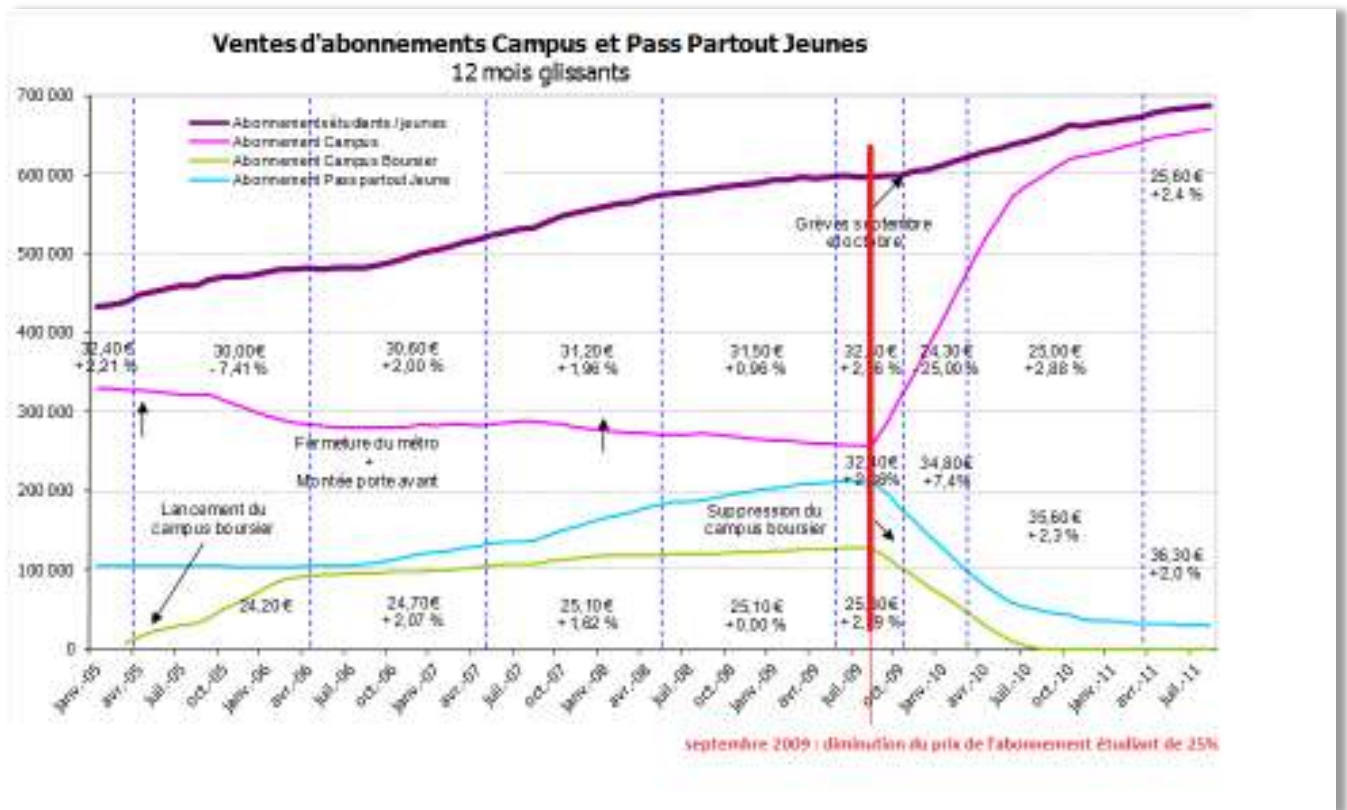
On voit dans le tableau ci-dessus que l'augmentation du tarif du carnet tickets étudiant et la baisse du tarif de l'abonnement campus a eu un effet positif sur le nombre d'abonnements campus vendus. Ici on a réussi à fidéliser les usagers.

glissement tarifaire	hausse pondérée
1,002475133	0,948033643

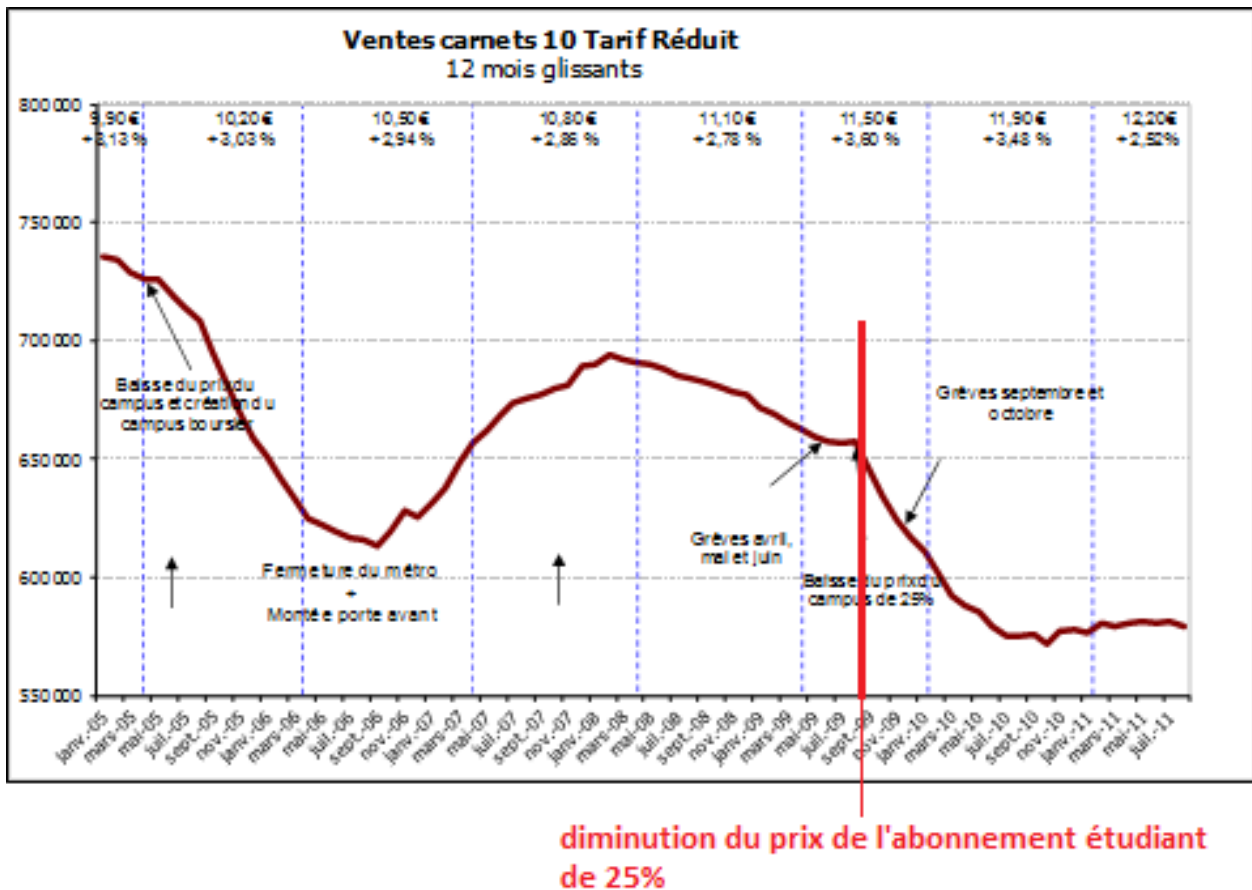
En examinant le glissement tarifaire (qui est supérieur à 1) on conclut que les changements de tarifs ont eu un effet positif sur les recettes. Ce changement de tarif est bénéfique à la différence du cas précédent.

Troisième cas : rentrée 2009 :

Le troisième cas de la modification des tarifs est la baisse du prix de l'abonnement de 25% en septembre 2009.



Sur le graphique ci-dessus on voit que la baisse des tarifs des abonnements campus a eu un effet significatif sur la fréquentation. Ainsi bien que l'opérateur gagne moins d'argent sur les abonnements comme il y a eu une augmentation significative des ventes d'abonnement campus l'opérateur a réussi à faire augmenter ses recettes.



Le tableau ci-dessus montre que la baisse de 25% des tarifs des abonnements étudiants a fait baisser les ventes de carnets 10 tarif réduit (destiné aux étudiants). L'objectif de fidélisation des usagers-étudiants (par l'achat d'abonnements) est donc atteint parce que les ventes de carnets 10 tarifs réduits s'est reporté sur les abonnements.

Bilan de l'étude de cas :

Au travers de ses trois cas d'évolution tarifaire, on voit que les choix de politiques tarifaires conditionnent la réussite : cela du point de vue de la fréquentation du réseau mais aussi des recettes de l'opérateur.

Le cas 1 nous montre que l'existence de titres de transport intermédiaires, ici les tickets Liberté 2h, peut provoquer un report non souhaité des tickets unité vers ces titres intermédiaires, alors qu'on désirerait plutôt voir les tickets unité vers les abonnements (qui sont des vecteurs de fidélisation des usagers). Ainsi le cas 1 n'est pas bénéfique pour l'opérateur, en effet le glissement tarifaire est inférieur à 1.

En ce qui concerne le cas 2, les changements tarifaires ont des effets positifs sur les recettes de l'opérateur. On trouve en effet un glissement tarifaire supérieur à 1. On réussit à attirer les étudiants vers les abonnements en baissant les tarifs des abonnements et en augmentant les prix des carnets 10 tickets tarif réduit (destinés aux étudiants).

Enfin, le cas 3 montre que parfois il sera intéressant de baisser le prix des abonnements pour les étudiants, et ce notamment dans le cas de l'ouverture d'une nouvelle ligne. Les étudiants sont des usagers décisifs pour un réseau de TC (les déplacements des étudiants correspondent à près d'un cinquième des déplacements totaux), ils sont attirés par une baisse des prix et peuvent faire augmenter de façon significative le nombre de ventes d'abonnement. Les étudiants constituent aussi une catégorie qu'il faut fidéliser afin de créer une base fixe d'utilisateurs qui auront plus tendance à utiliser les TC.

III – La politique sociale

1)

La tarification en termes de transports collectifs prend en compte des mesures sociales, destinées à des catégories précises de la population. Ces catégories regroupent les personnes à revenus limités, comme les chômeurs. Les usagers concernés sont traditionnellement les familles nombreuses, les personnes âgées, le personnel des réseaux et administration, les scolaires, mais également les personnes ayant un nombre de voyages limités. Historiquement, les tarifications sociales ont été accordées à des catégories de la population en accord avec la conjoncture économique du moment. Par conséquent, dans des bassins où le chômage a été très fort, et avant le reste du territoire, des mesures de tarification sociale ont été mises en place à ce moment-là.

2)

Les catégories supplémentaires prises en compte désormais sont les personnes âgées mariées, concubins ou pacsés, les personnes en situation de RMI ou de contrat d'insertion (CES). Les forfaits *Pass 2 Partout* et *Pass Partout 5* mis en place par TCL visent ces catégories de population, aux bas revenus. Ces nouvelles mesures sont pertinentes dans le contexte de plus grande précarisation des revenus des ménages actuellement.

3)

Les tarifications réduites à but sociaux sont des options choisies très largement par les Gestionnaires d'Infrastructures (GI). Le choix de la gratuité, pour tous les usagers, est une option risquée pour un GI, car il implique une perte totale de recettes. Puisqu'un GI réinvestit majoritairement ses recettes dans la modernisation et l'actualisation de son réseau, une perte de profits provenant de l'utilisation tarifée du réseau par les usagers obligerait les GI à emprunter massivement. De plus, certains réseaux de transport, en tant que GI, sont parfois déjà fortement endettés (la RATP par exemple).

D'autre part, la question de la gratuité pour tous, du point de vue des usagers, est aussi à examiner. Un réseau de transport entièrement gratuit pour les usagers peut entraîner une mauvaise utilisation du service par les usagers, i.e. une négligence, un non-respect des installations. Une potentielle dégradation des installations au fil du temps nécessite donc une maintenance, à un certain prix. Et ce prix à fournir par le GI, sans apports de recettes, paraît très difficile à réaliser.

IV – La question de la fraude

Montants des amendes

- Paiement immédiat auprès du contrôleur : **46 €**
- Règlement dans un délai maximum de 7 jours à compter de la date du PV : **50 €**
- Règlement sous plus de 7 jours et moins de 2 mois à compter de la date du PV : **84 €**
- Paiement immédiat suite à un titre non valable ou non complété : **30,50 €**
- Règlement au-delà de 7 jours suite à un titre non valable ou non complété : **69 €**
- Défaut de règlement dans les deux mois qui suivent l'établissement du PV : Transmission du dossier au tribunal. Établissement d'une amende majorée, recouvrée par le Trésor Public, d'un montant de **180 €**
- Frais de dossier : **6 €**

Figure 8 - Montants en vigueur des amendes

Au vu du montant des amendes, on peut très nettement voir que lutter contre la fraude participe au développement des recettes. Imaginons que l'usager qui fraude paye son amende immédiatement auprès du contrôleur, le SYTRAL gagne alors 46€ minimum/amende. Si les contrôles étaient plus fréquents, les recettes augmenteraient énormément.

En plus de cela, on verrait le taux de contrôle qui est de 2,5% de nos jours se réduire puisque les gens seraient sensibilisés du fait de fréquents contrôles.

Si l'on se réfère à la publication sortie en 2011 sur les résultats de l'exploitant, on s'aperçoit que le taux de fraude est encore très élevé (15,1%). Les plus grosses fraudes sont dans les bus (21,9%) et dans les tramways (21,5%). Ce qui représente quand même un manque à gagner de 20 millions d'euros. Les solutions proposées pour lutter contre la fraude sont la mise en place de couloir de prépaiement, des campagnes de sensibilisation, etc.

Les portiques installés à l'entrée du métro sont d'une certaine manière efficace car ils permettent de faire passer une seule personne à la fois. Cependant, nous pouvons constater qu'une grande partie des usagers se fauillent derrière certaines personnes possédant un titre de transport. Ceci est dû à la fermeture trop longue des portiques, plusieurs personnes à la suite peuvent par exemple se suivre et accéder au métro.