

**COMMISSION THÉMATIQUE
COMMUNICATION ET INFORMATION
VOYAGEUR PASS PASS**



COMMISSION COMMUNICATION ET INFORMATION VOYAGEUR PASS PASS

Introduction

1. La Communication Pass Pass

- A. Rappel des ambitions communes
- B. Couverture médiatique Pass Pass
- C. Bilan de la communication Pass Pass en 2021
- D. Enjeux 2022 pour la communication Pass Pass

2. L'Information Voyageur, ou comment accompagner l'Usager dans sa mobilité

- A. La cible de service de l'Information Voyageur
- B. Que faut-il faire pour atteindre cet objectif ?
- C. Etat des lieux
- D. Enjeux 2022 pour l'Information Voyageur

3. Les perspectives de demain pour une Information Voyageur et une communication au service de la mobilité



Introduction

La démarche Pass Pass : un peu d'histoire

2009

Création du Syndicat Mixte (SMIRT) réunissant les 12 AOM et AOT du Nord Pas de Calais pour développer et faciliter l'utilisation des services de mobilité à l'échelle du territoire

2009 - 2010

Définition des principes fonctionnels, techniques, organisationnels et sécuritaires de l'interopérabilité Pass Pass
1^{er} réalisation commune : le référentiel documentaire commun

2011

Emission des 1^{er} support Pass Pass
2^{ème} réalisation commune : le support interopérable Pass Pass

2017

4^e réalisation commune : mise en service d'un service d'information multimodal

Un référentiel de données Pass Pass permettant, grâce à un calculateur, d'informer le voyageur sur un site web passpass.fr

2013-2014

Préparation du marché Centrale Pass Pass – outil nécessaire à la réalisation du service définie en 2009 dans le référentiel documentaire commun

2018

Le SMIRT devient HDFM et intègre des AOM de l'ex-Picardie dans son syndicat
Evolution de la charte graphique Pass Pass

2020

Recrutement du Gestionnaire Pass Pass en charge de **l'administration commune** des réseaux et services de mobilité (référentiel de données, site web et application mobile...)

2021- 2022

Réflexion sur la feuille de route du syndicat
Intégration des EPCI



La Communication Pass Pass

- A. Rappel des ambitions communes
- B. Couverture médiatique Pass Pass
- C. Bilan de la communication Pass Pass en 2021
- D. Enjeux 2022 pour la communication Pass Pass



La Communication Pass Pass

A. Rappel des ambitions de communication Pass Pass

- **Promouvoir les mobilités en Hauts-de-France** – *se relever des conséquences que les confinements successifs et les périodes de télétravail ont eu sur les audiences des médias Pass Pass*
- **Communiquer sur les actions du territoire** – *positionner passpass.fr comme la vitrine des actions mobilité du territoire*
- **Promouvoir l'Information Voyageur à l'échelle régionale** – *faire de passpass.fr la référence en matière d'information sur les solutions de mobilités présentes sur le territoire*

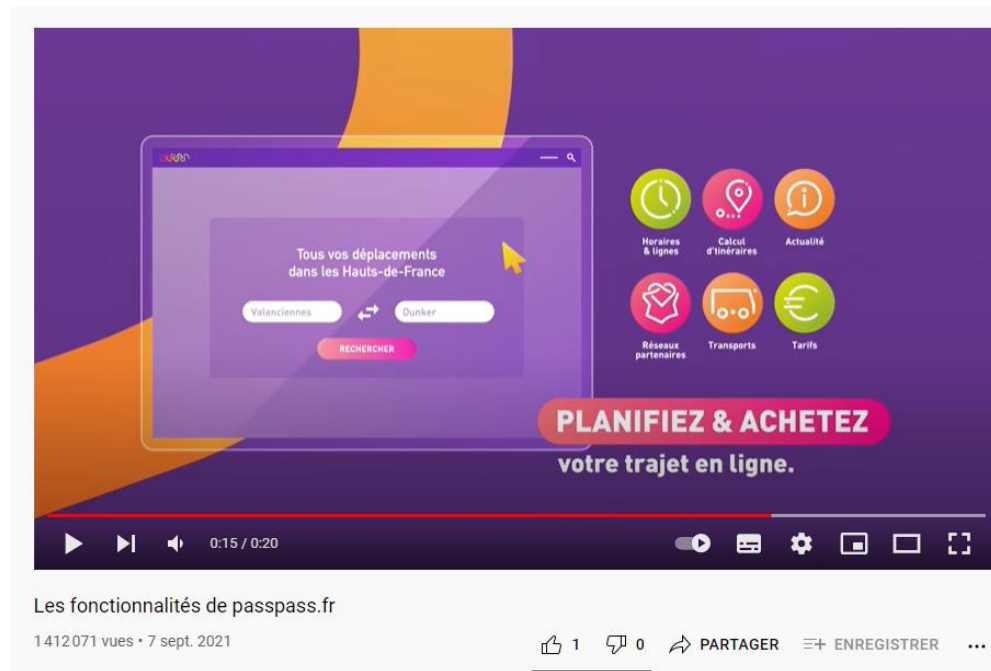


Promouvoir le service Pass Pass qui permet de faciliter les déplacements entre les réseaux de transports Partenaires, et pour l'ensemble de leurs services de mobilité

La Communication Pass Pass

B. Couverture médiatique Pass Pass

Vidéo promotionnelle de passpass.fr à destination de **YouTube** qui à ce jour affiche environs **1,4 M de vues**



<https://www.youtube.com/watch?v=RqYxwFmpiU4>

La Communication Pass Pass

B. Couverture médiatique Pass Pass

BANNIÈRE PROMOTIONNELLE DE PASSPASS.FR À DESTINATION DE LA PRESSE ÉCRITE (VOIX DU NORD).



La Communication Pass Pass

B. Couverture médiatique Pass Pass

LES BANNIÈRES PROMOTIONNELLES DE PASSPASS.FR À DESTINATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

pass pass
Hauts-de-France Mobilités

Toutes les solutions mobilité en Hauts-de-France passpass.fr

TOUS LES TRANSPORTS
des Hauts-de-France sur une seule carte !

plus d'infos sur passpass.fr

Logos: Hauts-de-France Mobilités, Région Hauts-de-France, Union Européenne, Europe numérique, Ministère de la Transition Écologique.

pass pass
Hauts-de-France Mobilités

Toutes les solutions mobilité en Hauts-de-France passpass.fr

VISITEZ LES HAUTS-DE-FRANCE
en un tour de PassPass !

plus d'infos sur passpass.fr

Logos: DK BUS, arc en ciel, marino, ilévia, TADAO, Transvilles, SNCF TER HAUTS-DE-FRANCE, ametis, Pastel, trans 80, Fabio.

Logos: Hauts-de-France Mobilités, Région Hauts-de-France, Union Européenne, Europe numérique, Ministère de la Transition Écologique.



La Communication Pass Pass

B. Couverture médiatique Pass Pass

Pass Pass vous emmène : Les festivals

Accueil > Actualités > Pass Pass vous emmène : Les festivals

Pass Pass vous emmène : Les festivals



Pass Pass vous emmène : Les stations balnéaires

Accueil > Actualités > Pass Pass vous emmène : Les stations balnéaires

Pass Pass vous emmène : Les stations balnéaires



Pass Pass vous emmène : Les parcs

Accueil > Actualités > Pass Pass vous emmène : Les parcs

Pass Pass vous emmène : Les parcs



Accueil > Actualités > Pass Pass vous emmène : Les parcs d'attractions

Pass Pass vous emmène : Les parcs d'attractions



Une création originale, **Pass Pass vous emmène**

Pass Pass vous emmène : Escapades romantiques

Accueil > Actualités > Pass Pass vous emmène : Escapades romantiques

Pass Pass vous emmène : Escapades romantiques



Pass Pass vous emmène : Noël

Noël



Pass Pass vous emmène : Les Centres Commerciaux

Accueil > Actualités > Pass Pass vous emmène : Les Centres Commerciaux

Pass Pass vous emmène : Les Centres



Pass Pass vous emmène : Les Musées

Accueil > Actualités > Pass Pass vous emmène : Les Musées

Pass Pass vous emmène : Les Musées



La Communication Pass Pass

B. Couverture médiatique Pass Pass



- Communiquer sur la **relance du covoiturage** tenant compte des contraintes sanitaires
- Participer au **développement des mobilités durables**
- Faire de passpasscovoiturage.fr la **référence en termes de mobilité domicile-travail** sur le territoire des Hauts-de-France



La Communication Pass Pass

B. Couverture médiatique Pass Pass

« Adoptez le réflexe PassPassCovoiturage.fr ! »

À travers ce slogan, les utilisateurs associent de façon systématique tous les transports « domicile – travail » au portail passpasscovoiturage.fr et améliorent leur façon de se déplacer selon les solutions de trajets proposés sur le site.



<https://www.youtube.com/watch?v=m95IfirFOgw>



La Communication Pass Pass

B. Couverture médiatique Pass Pass

Un **partenariat** avec la DIR toujours efficace...



... et **gratuit** pour promouvoir passpasscovoiturage.fr



La Communication Pass Pass

C. Bilan de la communication Pass Pass en 2021

UNE RELANCE POST-CONFINEMENT PRÉPARATOIRE D'UNE ANNÉE 2022 CHARNIÈRE

- **Une marque régionale reconnue, Pass Pass** – grâce notamment à la visibilité qui lui est donnée par les réseaux membres (TER en tête)
- **D'importantes campagnes pour accompagner le retour des usagers vers les transports collectifs et asseoir la notoriété de notre portail** – rappel de sa dimension régionale et multimodale
- **Une diversification des canaux de communication pour préparer une année 2022 charnière** – année (à priori) marquant la fin de la crise sanitaire et des restrictions ; déploiement des premiers TPV Pass Pass et intégration des flux Interbob pour l'atteinte de la **cible de service Pass Pass** définie initialement
- **La réorganisation enclenchée de la communication au sein d'HdFM** – fin de la collaboration avec le chargé de mission communication ; réflexion autour de l'externalisation auprès de prestataires freelance notamment ; augmentation du champ d'action de Ticks

Bilan campagne notoriété du 06/09/21 au 31/10/21						
Source	Support	Utilisateurs	Sessions	Taux de rebond	Pages/session	Durée moyenne de session
Facebook	Vidéos, bannières	3157	3487	5,56%	3,5	02:12
Mobile	Vidéos, bannières	1844	10214	48,77%	2,3	05:48
Youtube	Vidéo	794	1118	20,93%	2,8	02:48
Totaux/moyennes		5792	14819	36,50%	2,6	04:43



La Communication Pass Pass

C. Bilan de la communication Pass Pass en 2021

Sites	Actions	Prestataires	Dépenses
Passpasscovoiturage.fr	Achat d'espaces de la campagne de communication	Agence Tréma	24 570€ TTC
Passpass.fr	Réalisation des supports de communication (4 vidéos promotionnelles et 6 bannières + déclinaisons web)	Régister	20 370€ TTC
	Référencement naturel du site	La revanche des sites	4 985€ TTC
	Achats d'espaces de la campagne de communication	Havas Média	60 236€ TTC*
Total des dépenses			110 161€ TTC
Budget alloué à la communication pour l'exercice 2021			250 000€ TTC

*Révision en cours



La Communication Pass Pass

D. Enjeux 2022 pour la communication Pass Pass

- **COMMUNIQUER SUR LE DÉPLOIEMENT DES TPV PASS PASS** – *il s'agit d'acculturer les usagers au service que rend ces points de ventes pass pass – réflexion autour d'une communication dont l'évolution suivrait celle du maillage territorial ainsi que des services disponibles – chantier en cours avec le SMTAG pour la mise en service du 1^{er} TPV Pass Pass en agence TADAO de Lens*
- **PROMOUVOIR LES OUTILS PASS PASS AU SERVICE DE LA MOBILITÉ – METTRE EN AVANT L'APPLICATION MOBILE** – *penser Pass Pass pour accéder à vos services de mobilités, notamment pour l'Information Voyageur*
- **METTRE EN AVANT LA MOBILITÉ SOLIDAIRE – RECENSEMENT ET PROMOTION** – *un travail est entrepris avec notre exploitant Ticks afin d'utiliser les médias Pass Pass comme relai*
- **IDENTIFIER LES PROCHAINS PROJETS COMMUNS AU SEIN DE LA COMMUNAUTÉ PASS PASS** – *cf: partie 3 de la présentation*
- **GÉNÉRER DE L'ENGOUEMENT AUTOUR DE PASS PASS VOUS EMMÈNE** – *Dynamiser passpass.fr afin de montrer une mobilité au service du plaisir et des loisirs*



L'Information Voyageur, ou comment accompagner l'Usager dans sa mobilité

- A. La cible de service de l'Information Voyageur
- B. Que faut-il faire pour atteindre cet objectif ?
- C. Etat des lieux
- D. Enjeux 2022 pour l'Information Voyageur

L'Information Voyageur

A. La cible de service de l'Information Voyageur

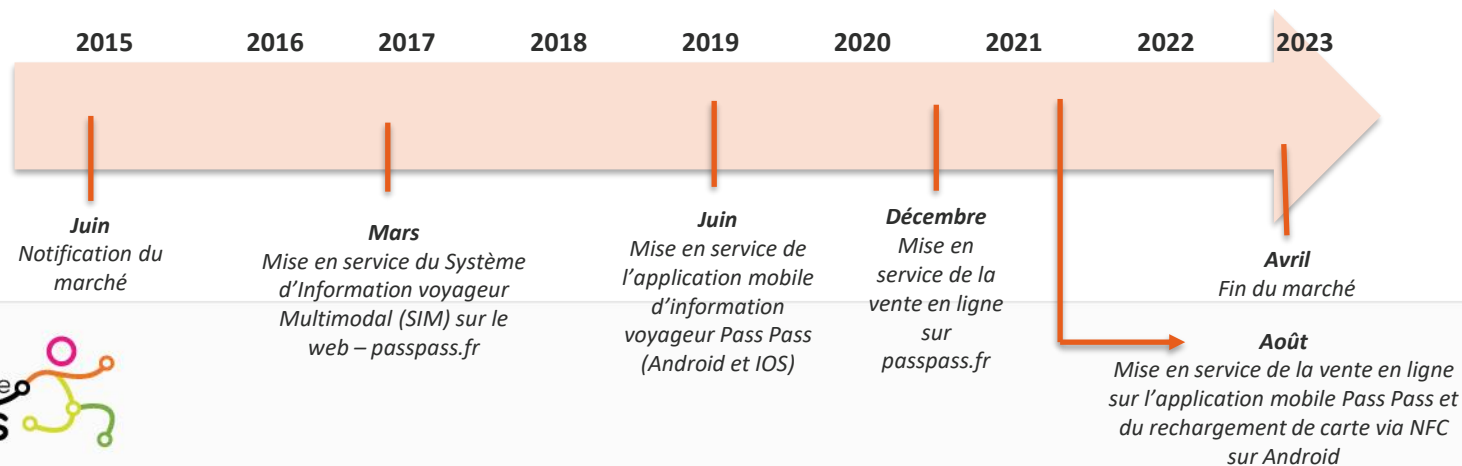
RAPPEL DE LA CIBLE DE SERVICE DE LA CENTRALE PASS PASS :

- Un **parcours client régional** de bout en bout (de l'information voyageur à la distribution) via les médias grand public Pass Pass
- Un **point d'accès unique** sur le territoire rendant disponible une information voyageur multimodale pour tous
- Un **observatoire de la mobilité** pour les AOM via des outils d'aide à la décision

La Centrale Pass Pass est un outil mutualisé permettant l'interconnexion des systèmes, le partage des données et des fonctions mutualisées

LES OUTILS MUTUALISÉS DE LA CENTRALE PASS PASS :

- Des médias grand public : site internet et applications mobile comprenant de l'information voyageur et de la distribution – *certaines fonctionnalités comme la recherche d'itinéraires et la vente en ligne peuvent être réutilisés par les médias tiers de nos Partenaires*
- Un calculateur d'itinéraire multimodal
- Des statistiques et des outils d'aides à la décision pour les AOM
- Des interfaces pour l'information voyageur (Temps réel) et la billettique (InterBOB)



L'Information Voyageur

B. Que faut-il faire pour atteindre cet objectif ?

La mise en œuvre du système Centrale Pass Pass ne se suffit pas à lui-même....
Nous avons besoin de vous pour atteindre l'objectif !

Construire des lots de données théoriques et temps réels complets et tenus à jour

ET

Mise en œuvre des échanges de données théoriques et Temps Réel (prochainement) entre votre système et la Centrale Pass Pass (GTFS, GTFS-RT, etc)

ET

Valoriser le service sur vos réseaux



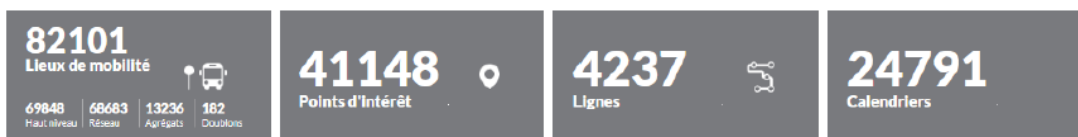
Avez-vous déjà entendu parler de ces sujets ?
Si oui, quels sont les retours de vos équipes ?

L'Information Voyageur

Zoom sur le référentiel des mobilités

Chiffres hors rapprochements validés
Données au 25/01/2022

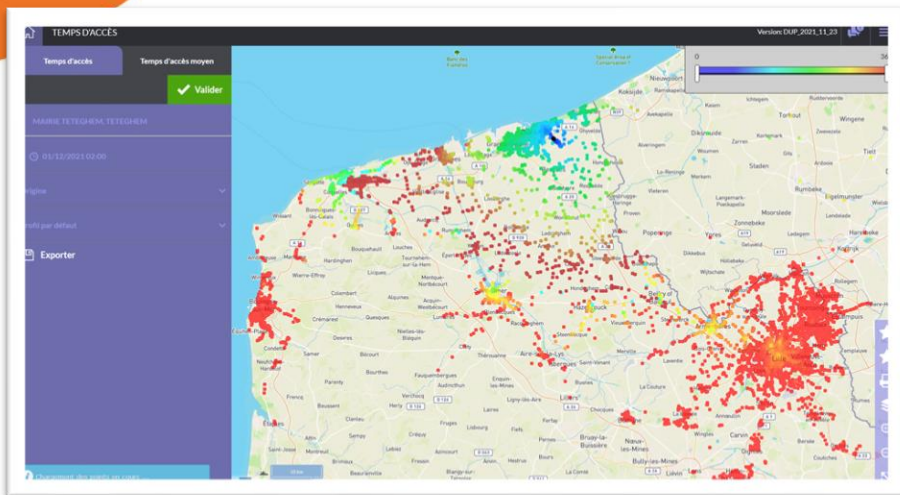
Nb de Réseaux	47
Nb de lignes de Bus	3555
Nb de lignes de TER	674
Nb de ligne de Tramway	5
Nb de ligne de Métro	2



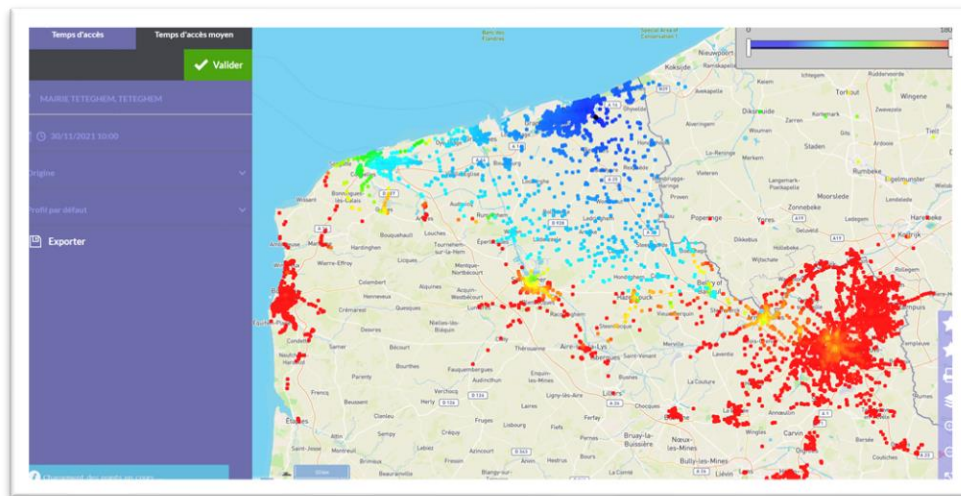
- **Un référentiel données théoriques complet** – *certains réseaux restent toutefois difficilement joignables*
- **L'intégration du Temps Réel se fait au gré des intégrations par les réseaux** – *en cours avec TADAO et à venir pour Ilévia*
- **Rappel de l'importance d'intégrer, pour les renouvellements de marchés type SAE, le Temps Réel TC dans la Centrale**
- **De forts enjeux IV pour l'amélioration du référentiel sur son aspect POI** – *fort enjeu d'intégration de la mobilité dans les déplacements du quotidien, qu'ils soient d'ordre professionnel ou récréatif*

L'Information Voyageur

Zoom sur les outils d'analyse de l'offre de mobilités

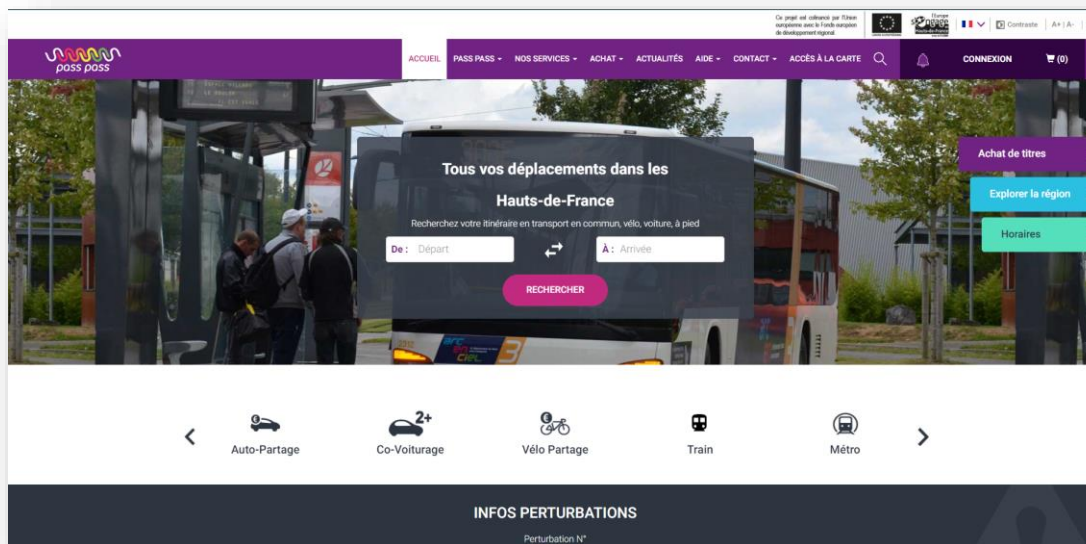


Isochromes : Temps d'accès

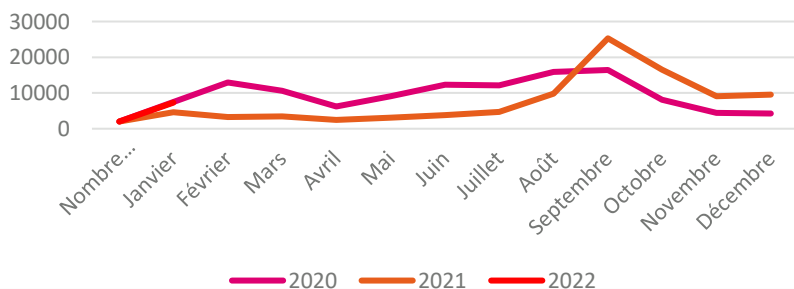


L'Information Voyageur

C. Etat des lieux



Evolution nombre d'utilisateurs

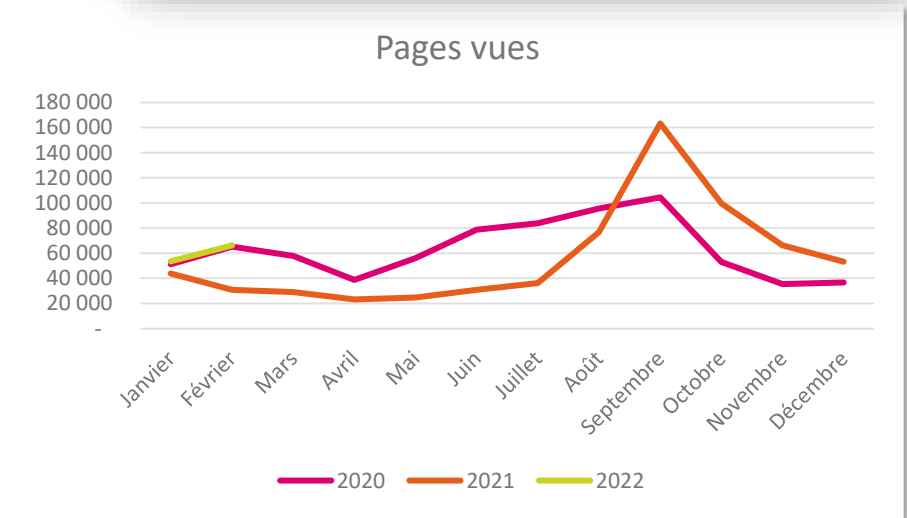
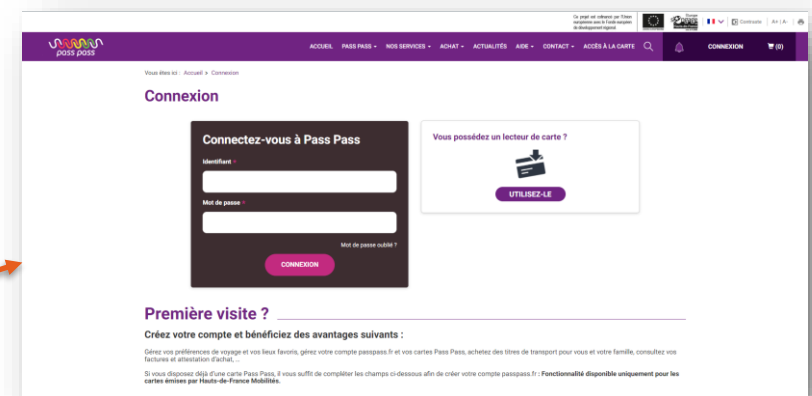


	2021
Nombre utilisateurs	95725
Nombre sessions	139184
Temps moyen par session (en min)	05:09
Nombre moyen de pages consultées par session	5,26
Taux de rebond moyen	13,75%

L'Information Voyageur

C. Etat des lieux

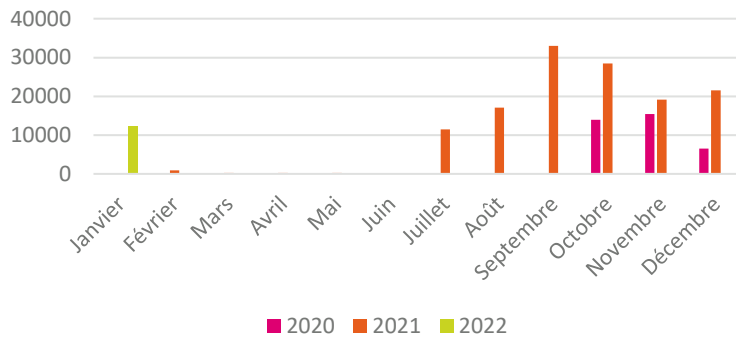
Top 10 - 2021	Pages vues
/fr/login	107 990
/	77 637
/fr/e-boutique	67 478
/fr/services/itineraire	34 575
/fr/reinitpassword	24 266
/fr	19 173
/fr/mon-compte/mes-cartes-et-titres	15 625
/fr/faq	15 563
/fr/services/explorer-la-region	15 458
/fr/services/horaire	10 920



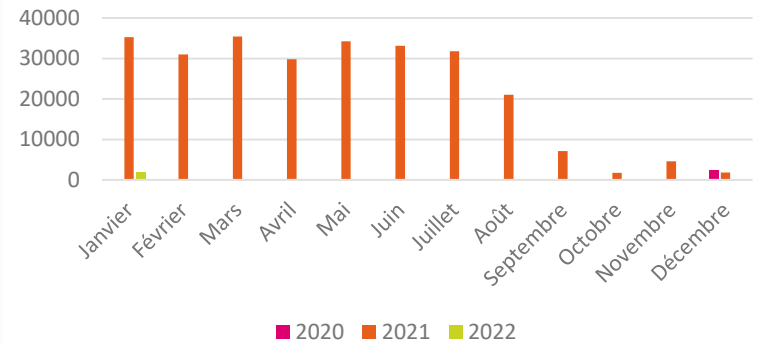
L'Information Voyageur

C. Etat des lieux

Itinéraires calculés



Recherches horaires




The screenshot shows the 'Recherche d'itinéraire' (Itinerary Search) page on the 'Hauts-de-France Mobilités' website. The interface includes a search bar with 'De: Départ' and 'À: Arrivé', a date and time selector set to '24/02/2022' and '14 h - 45', and various filters for transport mode, ticket type, and speed. A 'RECHERCHER' button is prominently displayed. Below the search form, there is a map showing the route between 'Départ' and 'Arrivé' locations, with a legend for 'Plan' and 'Satellite' views.

L'Information Voyageur

E. Enjeux 2022 pour l'Information Voyageur

- **ACCENTUER LE TRAVAIL D'AMÉLIORATION ET D'ENRICHISSEMENT DU RÉFÉRENTIEL DE MOBILITÉ AINSI QUE DU CALCULATEUR POUR LES POSITIONNER EN TANT QUE RÉFÉRENCE RÉGIONALE** — *QUESTIONNEMENT AUTOUR DE L'AVENIR DU CALCULATEUR DANS LE RENOUVELLEMENT DES MARCHÉS CENTRALE PASS PASS*
- **INTÉGRER LE TEMPS RÉEL TC ET ROUTIER** — *TRAVAUX DÉBUTÉS AVEC TADAO, ILÉVIA À SUIVRE POUR LE TEMPS RÉEL TC*
- **INTÉGRER LES MOBILITÉS SOLIDAIRES** — *RECENSEMENT ET PROMOTION*
- **RÉPONDRE AUX DIRECTIVES DE LA LOM EN MATIÈRE D'OPEN DATA NOTAMMENT** — *TRAVAILLER AVEC LA RÉGION ET POSITIONNER HDFM COMME FACILITATEUR POUR LES AO N'AYANT PAS RÉPONDU À LEUR OBLIGATION DE DÉPÔT DES LOTS DE DONNÉES THÉORIQUES — IL S'AGIT ÉGALEMENT DE METTRE EN VALEUR LE TRAVAIL D'AGRÉGATION ET DE CONSOLIDATION EFFECTUÉ*



The background is a solid green color. Overlaid on this are several thick, white, stylized lines and circles. These elements form a network-like structure, with some lines curving and connecting to circular nodes. The overall aesthetic is clean and modern, suggesting connectivity and movement.

**Les perspectives de demain
pour une Information
Voyageur et une
communication au service
de la mobilité**



Les perspectives de demain pour une Information Voyageur et une communication au service de la mobilité

Identification de chantiers à moyen terme lors d'échange technique



Continuer d'enrichir et faire évoluer le Référentiel Mobilités Pass Pass

- Enrichir le référentiel de données théoriques avec la participation des réseaux membres
- Intégrer les flux de données Temps Réel TC et routier



Travailler significativement sur l'amélioration des outils IV Pass Pass

- Travailler sur la cohérence des résultats RI renvoyés
- Mettre à disposition des partenaires les outils d'analyse d'offre de mobilité
- Mise à disposition et réutilisation des services Pass Pass tels que les API ou widget



Communiquer grandement sur les outils Pass Pass au service des Mobilités

- Communiquer sur le service IV Pass Pass et l'exhaustivité de son référentiel
- Communiquer sur le service Pass Pass (déploiement des TPV Pass Pass et mise en avant du service rendu)
- Rendre le contenu éditorial attractif
- Renforcer le partenariat et la visibilité dans des autres services autres que la mobilité



Quel sont les chantiers prioritaires qui vous semble intéressant d'investiguer ?



Merci de votre attention

Eric Quiquet
Marie Céline Huguenin
Bérangère Courty
Aurélien Gauthier