

Ultra-flexible, numérique et responsable : quel avenir pour la mobilité ?

Malgré un contexte difficile pour les mobilités, les années 2020 et 2021 ont vu une adoption accélérée de nouvelles pratiques, où le numérique s'est définitivement imposé comme l'allié du quotidien.

Temps de lecture : minute

15 septembre 2021

Le réflexe digital est massif, y compris quand on voyage. Prendre le train, l'avion et le métro grâce à son smartphone n'a jamais été aussi simple qu'aujourd'hui. Et la tendance devrait s'amplifier dans les prochaines années. " *En 2019, plus de 65% des voyageurs utilisaient une application avant, pendant ou après le transport. Ce que cela signifie, c'est que la mobilité commence par le digital dans trois cas sur quatre, et la pandémie de Covid-19 ne fait qu'accélérer le phénomène* " , assure Arnaud Coiffard, directeur stratégie et innovation chez e.Voyageurs SNCF. Avant d'insister : " *Alors qu'il est longtemps resté un enjeu de production industriel, le transport est aujourd'hui un enjeu d'expérience client, surtout sur le digital et pour toutes les mobilités.* "

Visiblement, à la SNCF, voilà plusieurs années que le message est passé. L'entreprise ferroviaire a vite compris l'enjeu de la mobilité numérique et a créé, dès 2000, son site de réservation avant de créer une filiale en 2018 consacrée au client en ligne : [e.Voyageurs SNCF](#). Sa mission : le développement de technologies innovantes au service des mobilités durables. À l'occasion de la parution de son premier *Cahier de tendances*, Arnaud Coiffard revient sur les grandes mutations du secteur des mobilités.

La pandémie de Covid-19 a chamboulé nos comportements, nos usages, nos mobilités... Quelles sont les grandes ruptures que vous observez ?

La crise n'est pas peut-être pas finie, mais on remarque déjà certaines mutations, d'ailleurs assez similaires à celles que vivent d'autres industries. La première est la progression de la digitalisation. En un an et demi de crise, on a gagné cinq à six ans de digitalisation classique. Aujourd'hui, les gens achètent leur mobilité et la consomment beaucoup plus en ligne qu'avant. Ils vont, par exemple, davantage acheter de e-billets ou consulter en ligne l'info trafic. Ce genre de réflexes ne sont pas forcément nouveaux, mais ils se sont renforcés depuis la pandémie. Deuxième chose que l'on observe : dans un monde de plus en plus incertain, l'ultra-flexibilité est devenue une évidence. Aujourd'hui, plus de 50% des clients de [OUI.sncf](https://www.oui.sncf) achètent à la dernière minute. La logique d'achat a changé avec le contexte sanitaire.

Comment accompagner ces mutations ? Par l'innovation ?

Oui, et l'innovation peut toucher beaucoup de choses. Dans le cas d'e.Voyageurs SNCF, il peut aussi bien s'agir de nouvelles offres que de nouvelles manières de vendre ou de toucher le client. En matière de digitalisation, on a innové en permettant depuis l'appli Assistant SNCF d'acheter, de stocker et de valider ses titres de transport en Île-de-France directement avec son smartphone. De même, tous les titres TER ainsi que le transport urbain de quinze agglomérations (Belfort, Draguignan, Évreux, Maubeuge, Montbéliard, Les Sables d'Olonne, Saint-Lô, Saint-Nazaire, Sophia Antipolis, Troyes, Cholet, Poitiers, Guérande avec La Baule et Le Croisic, Saint Briec et Nevers) sont désormais dématérialisés. Tout comme le Passe Navigo que l'on peut directement recharger via son smartphone. C'est inédit ! Et j'ai la conviction que dans deux ans, il n'y aura plus de queue devant un guichet ou un distributeur.

Vous le disiez plus tôt : nous aspirons à plus de flexibilité dans nos

conditions de déplacements. De quelles manières y répondez-vous chez e.Voyageurs SNCF ?

On a mis en place plusieurs choses. SNCF Voyages a notamment changé la politique commerciale des longs trajets. Jusqu'à trois jours avant le départ, vous pouvez désormais changer d'avis, et échanger ou vous faire rembourser sans frais sur TGV Inoui et Intercités. Ensuite, l'augmentation des recherches de dernière minute ouvre de nouvelles opportunités. Les voyageurs sont de plus en plus flexibles sur le lieu où ils souhaitent partir en fonction de leur budget. Cela nous a conduits à développer une politique d'impulsion, en renforçant la visibilité des offres disponibles en dernière minute pour les week-ends sous l'appellation " Mercredi Oh OUI " : tous les mercredis, on met en avant des destinations où le taux de remplissage est bas et avec des tarifs intéressants.

Et cette quête de flexibilité ne devrait pas faiblir avec l'essor sans précédent du télétravail, l'une des autres grandes mutations qu'a induites la crise sanitaire...

La montée du télétravail a justement amenés SNCF Voyages à imaginer une nouvelle offre : un forfait annuel à destination des Français qui télétravaillent, mais qui ont tout de même besoin de revenir sur leur lieu de travail deux à trois fois par semaine. Grâce à cet abonnement, il est possible de bénéficier d'un compteur de 250 réservations à 0€ (valables du lundi au jeudi), d'échanger gratuitement ses billets et d'avoir accès au statut Grand Voyageur Le Club et ses avantages.



À lire aussi

La crise sanitaire pourrait pousser entreprises et salariés à revoir leur mobilité

Avec l'accroissement du télétravail, les mobilités devraient être de plus en plus choisies et non subies. Comment accompagne-t-on ce basculement ?

Je partage totalement ce point de vue. Et parce qu'ils seront de moins en moins contraints à se déplacer, les clients seront plus exigeants. Pour encourager les gens à prendre le train, il va donc falloir redoubler d'efforts et apporter de la plus-value à notre service. À l'instar d'Amazon qui a su se diversifier et fidéliser ses clients grâce à son abonnement premium Amazon Prime, il va falloir imaginer de nouvelles offres. Le challenge demeure de trouver le bon business model pour proposer des forfaits avec du transport intermodal qui proposerait des trajets en train, en trottinette, à vélo, en VTC, en métro... Nous sommes encore en réflexion sur ces sujets.

Jusqu'à présent, quelle était la logique d'achat ?

Les clients privilégiaient avant tout le prix. Désormais, de nombreux autres critères importent de plus en plus : le mode de transport, les conditions, le confort, etc.

La préoccupation environnementale entre aussi, de plus en plus, en ligne de compte...

Oui, on fait face à un public plus sensible aux logiques environnementales et soucieux d'emprunter des mobilités durables et responsables. Face à ce constat, SNCF a récemment relancé les trains de nuit avec la liaison Paris-Nice. A priori, les niveaux d'occupation sont importants. On a également mis au point un comparateur de mobilités sur le site OUI.sncf. Concrètement, cet outil permet aux consommateurs de connaître l'impact environnemental de leur voyage en fonction de différents moyens de transport.

Pourquoi est-il intéressant de parier sur des mobilités plus douces et durables ?

Parce que c'est un impératif environnemental. Collectivement, on voit tous des signaux. Dans le cas des mobilités, le train fait partie des solutions. C'est l'un des moyens de transport les plus propres qui existent. Afin de toujours améliorer cette sobriété énergétique, les actions de la SNCF se focalisent sur le matériel roulant (hybridation des TER, équipement de compteurs d'énergie, solution Opti-Conduite d'aide au conducteur, etc). Les initiatives sont nombreuses avec la circulation des premiers trains hybrides français dès 2021 et le déploiement du train hydrogène pour 2022. Cela étant dit, l'empreinte environnementale du transport ferroviaire doit encore être réduite, en améliorant l'efficacité énergétique, en utilisant plus de matériaux propres, recyclables et naturels, ainsi qu'en travaillant sur la pollution numérique.

Maddyness, partenaire média d'e.Voyageurs SNCF

Article écrit par Maddyness, avec e.Voyageurs SNCF