



# Synthèse rapport d'activité

2014



CFT Bassin de Thau

---

# SYNTHESE RAPPORT D'ACTIVITE

2014

1. Table des matières.....	1
2. Edito.....	2
3. Les Faits marquants.....	3
4. Les Avenants.....	5
• L'avenant n°1	
• L'avenant n°2	
• L'avenant n°3	
• L'avenant n°4	
• L'avenant n°5	
• L'avenant n°6	
5. Demande .....	7
• Nombre de voyages	
• Validations	
• Recettes	
• Fraudes et contrôles	
• Voyages/kilomètres commerciaux	
• Courrier clients	
6. Offre .....	11
• Kilomètres globaux et commerciaux	
7. Parc véhicules urbains .....	12
• Nombre de véhicules	
8. Personnel .....	13
• Personnel	
9. Communication et information .....	13
• Les outils de communications	
10. Les chiffres clés .....	14

# Edito

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, CFT Bassin de Thau accompagne Thau agglo dans sa politique de transport au service des habitants. Les hommes et les femmes de CFT Bassin de Thau, plus de 80 salariés, accomplissent au quotidien cette mission de service public afin de répondre aux attentes et aux orientations fixées par l'Autorité Organisatrice.

En 2014, la fréquentation du réseau Thau Agglo Transport affiche de bons résultats avec une augmentation de près de 3% par rapport à 2013. Les lignes majeures 1, 2 et 3 restent les services les plus utilisés par les voyageurs, avec toujours la ligne 3 en chef de fil. Un résultat encourageant qui montre l'attractivité du réseau TAT et de son offre de transport. Les recettes quant à elles révèlent une baisse de 4%, elle s'explique notamment par la volonté de Thau Agglo de réviser sa politique tarifaire en faveur des publics sociaux avec un glissement significatif des ventes du titre Domitia 1 en faveur de Domitia 2.

CFT Bassin de Thau a souhaité montré son engagement en faveur de la satisfaction des clients. Le recrutement de l'assistante marketing/communication a notamment permis de renouveler les outils d'information voyageurs (nouvelle signalétique aux arrêts, fiches horaires ligne par ligne, nouveaux plans ...), de traiter efficacement les courriers clients et de valoriser la participation du réseau Thau Agglo Transport sur les grands événements du territoire (Fête de la Saint-Louis, Worldwide Festival, Festival de Thau...) mais aussi à l'échelle nationale avec la mise en place d'un événement festif à l'occasion de la semaine de la mobilité.

Le lancement de l'appli TAT le 1<sup>er</sup> juillet 2014 a également été un temps fort de l'année 2014 avec la campagne « Flash me, I'm famous », affichée sur l'ensemble des véhicules. Ce nouveau service d'information voyageur marque la volonté de l'Agglo de moderniser le réseau et de poursuivre son développement.

Nous vous invitons désormais à découvrir ce bilan annuel avec des éléments chiffrés et analysés pour vous permettre d'étudier avec précision les résultats des actions engagées en 2014.

Jean-Pierre Hardy

Directeur de CFT Bassin de Thau

### 3. LES FAITS MARQUANTS 2014

#### FEVRIER :

Recrutement d'une personne en charge du Marketing/communication pour accompagner le développement du réseau TAT et développer la relation client.

#### MARS :

Dépôt d'une alerte sociale par les organisations syndicales. Le dialogue social a permis d'éviter un mouvement de grève sur le réseau et de trouver des accords qui ont abouti à la signature des négociations annuelles obligatoires.

#### AVRIL :

Mise à disposition de 6 bus articulés dans le cadre du partenariat « Escale à Sète »



#### MAI :

Mise en service des lignes estivales (lignes 9 et 15)

Diffusion de nouvelles fiches horaires ligne par ligne et plan de poche

#### JUILLET :

Mise en place du nouveau dispositif d'information voyageurs aux points d'arrêts (nouveaux tarifs, nouveaux thermos...)

Lancement de la campagne « Flash Me I'M Famous » pour promouvoir l'application TAT sur smartphone.

## AOUT :

Fête de la Saint-Louis : mise en place d'un réseau à quasi normal lors de cette journée, lancement d'un dépliant spécialisé pour l'évènement.

## SEPTEMBRE /OCTOBRE:

- Mise en place des nouveaux plans abribus
- Tournage de Candice Renoir (mise à disposition de l'ensemble des installations du dépôt et du personnel pour le tournage)



Journée du transport public le 20 septembre : opération de communication événementielle devant l'agence commerciale, transport gratuit, peña



## DECEMBRE :

Mise en place d'une navette gratuite pour le marché de Noël

## 4. LES AVENANTS

### L'AVENANT N°1 :

- Des modifications de service sans nouvelles charges d'exploitation correspondant à des adaptations de l'offre de service initiale sans incidence sur le coût d'exploitation.
- Des modifications de service entraînant de nouvelles charges financières sur la commune de Marseillan correspondant au renforcement des moyens afin d'augmenter l'offre de service entre Marseillan et Marseillan plage durant la période estivale du 4 juillet au 31 août.

### L'AVENANT N°2 :

- La définition des modalités de reversement de la TVA par le délégataire au profit de Thau Agglomération ainsi que la mise en place des modalités de facturation de la taxe sur les salaires jusqu'à la fin du contrat de Délégation de Service Public. La CFT a géré les différentes démarches auprès des administrations fiscales pour aboutir à l'avenant 2 ayant pour objet la non taxation à la TVA d'une grande part de la contribution forfaitaire et l'assujettissement du délégataire à la taxe sur les salaires.
- Les modifications de la formule de révision des charges d'exploitation et des valeurs des indices de référence suite à la suppression de certains index par l'INSEE.  
Cette modification n'entraîne pas de coûts supplémentaires au contrat.
- La mise en place des modalités de remboursement au délégataire des subventions accordées par Hérault Transport dans le cadre du transport scolaire.
- Des modifications de service n'entraînant pas de nouvelles charges financières, en raison de la surcharge de la ligne 3 le samedi, il est proposé d'y affecter un 3<sup>ème</sup> véhicule prélevé sur la ligne 2 ce jour-là.

### L'AVENANT N°3 :

- Afin d'améliorer la qualité du service proposé à la clientèle, il est apparu nécessaire d'étendre le réseau aux communes de Vic-la-Gardiole, Mireval, Gigean et d'apporter des modifications au service du réseau urbain en renforçant la ligne 3 à Sète.

- Les lignes impactées par l'avenant n°3 sont les suivantes :

Secteur de Gigean, Balaruc-les-Bains, Balaruc-le-Vieux :

Ligne 13, Ligne 10, Ligne 14

Secteur de Vic la Gardiole, Mireval:

Ligne 11, Ligne 12

Secteur de Sète

Ligne 3

L'AVENANT N°4 :

- De clarifier les termes des avenants 1 à 3, d'optimiser la présentation des éléments financiers et d'apporter les modifications selon l'évolution de la législation en vigueur.

L'AVENANT N°5 :

- De mettre en place des moyens supplémentaires sur la ligne 1 et d'apporter une meilleure offre de service à certains quartiers actuellement non desservis par le réseau T.A.T en créant une nouvelle ligne (7) à Sète.

L'AVENANT N°6 :

- L'augmentation des plages horaires sur les lignes structurantes du réseau (Lignes 3,10, 11, 12 et 13)
- Mise en place de service sur la commune de Marseillan lors des mois de mai, juin et septembre.
- Modification de l'itinéraire de la ligne 14 permettant une desserte optimisée du lotissement les Vignés sur la commune de Balaruc-le-Vieux.
- Basculement lors des seuls mois d'été d'un bus de la ligne 1 vers la ligne 3
- Prolongation de la durée de location des deux bus à CFT (bus 40 et 42) pour une durée de six mois.
- Réduction de la durée de la Délégation de Service Public pour les transports urbains de 4 mois (fin au 31 août inclus).

## 4. LA DEMANDE

### ○ NOMBRE DE VOYAGES

Figure 1.- Evolution des voyages en fonction du type de ligne

	2014	2013	Var	%
<b>Pendulaires</b>	1 625 878	1 595 435	30 443	1,87%
<b>Pénétrantes</b>	489 994	453 580	36 414	7,43%
<b>Proximité</b>	188 807	188 845	-38	-0,02%
<b>Circulaire</b>	21 335	19 923	1 412	6,62%
<b>Divers</b>	30	596	-566	-1886,67%
<b>Total</b>	<b>2 326 044</b>	<b>2 258 379</b>	<b>67 665</b>	<b>2,91%</b>

Le nombre de voyages entre l'année 2013 et 2014 progresse de **2.87%** et passe de **2 258 379** à **2 326 044**, soit 67 665 voyages supplémentaires

Figure 2.- Evolution Graphique des Voyages

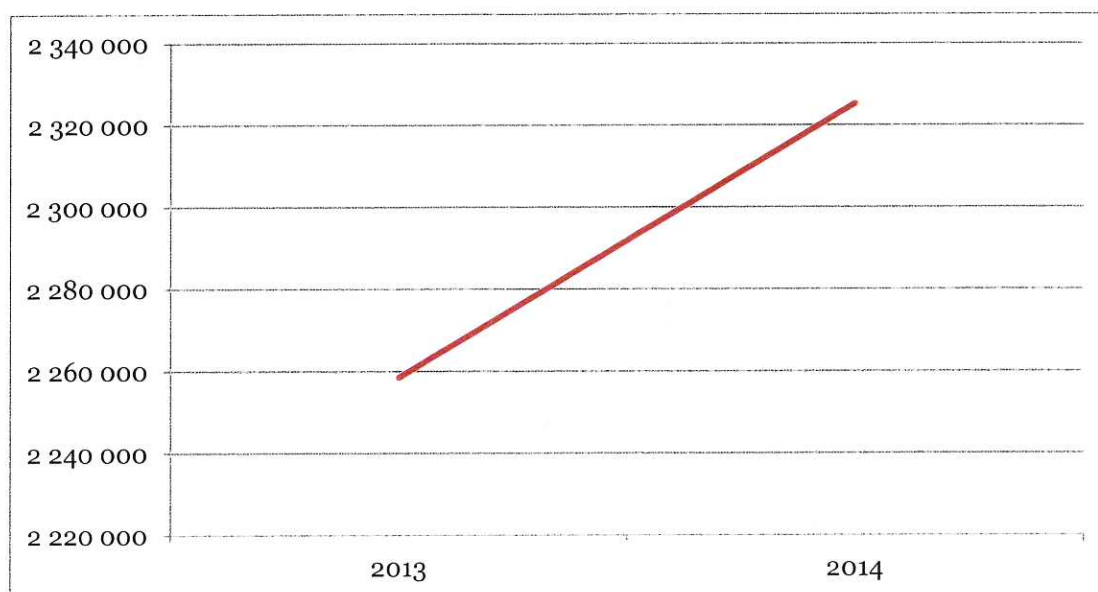
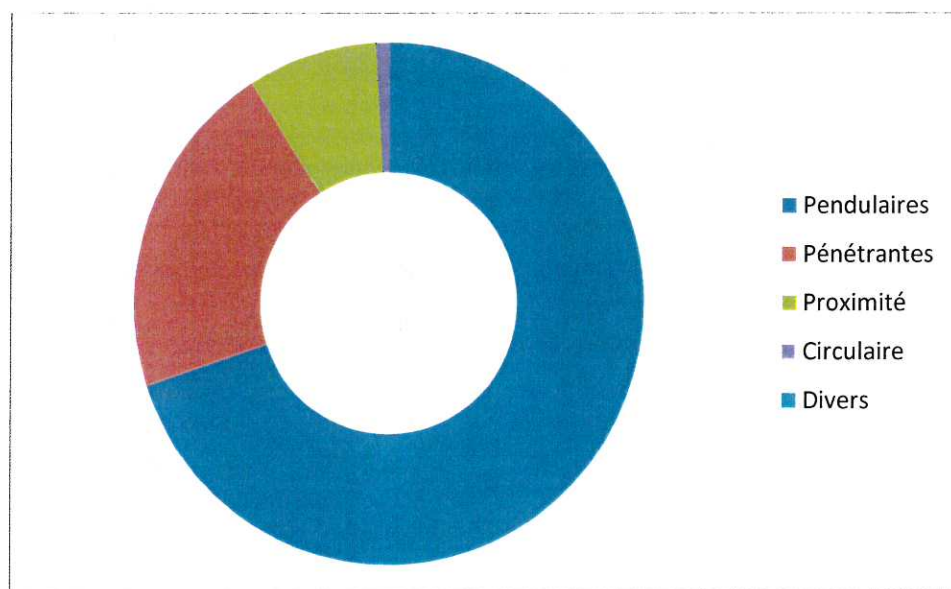


Figure 3.- Répartition des Voyages en Fonction du Type de Ligne

	2014	2013	Var
<b>Pendulaires</b>	69,89%	70,65%	-0,75%
<b>Pénétrantes</b>	21,07%	20,08%	0,99%
<b>Proximité</b>	8,12%	8,36%	-0,24%
<b>Circulaire</b>	0,92%	0,88%	0,04%
<b>Divers</b>	0,00%	0,03%	-0,03%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100,00%</b>	

La majorité des voyages se font sur les lignes pendulaires (Lignes 1,2 et 3) qui sont les lignes les plus importantes du réseau.

Figure 4.- Répartition graphique des voyages en fonction du type de ligne



## ○ VALIDATIONS

Figure 5.- Répartition des validations par mois

	2014	2013	Var	%
Janvier	183 125	179420	3705	2,02%
Février	176 623	164346	12277	6,95%
Mars	168 421	183244	-14823	-8,80%
Avril	202 308	180235	22073	10,91%
Mai	183 281	192352	-9071	-4,95%
Juin	197 683	189782	7901	4,00%
Juillet	200 012	221889	-21877	-10,94%
Août	218 602	209204	9398	4,30%
Septembre	224 826	206344	18482	8,22%
Octobre	207 902	194122	13780	6,63%
Novembre	182 399	172692	9707	5,32%
Décembre	180 035	164749	15286	8,49%
<b>Total</b>	<b>2 325 217</b>	<b>2258379</b>	<b>66838</b>	<b>2,87%</b>

## ○ RECETTES

Figure 6.- Evolution des Recettes commerciales TTC cumulée

	2014	2013	Var	%
Janvier	89 154	92 390	-3 236	-3,63%
Février	79 489	77 436	2 053	2,58%
Mars	87 237	101 435	-14 198	-16,28%
Avril	103 908	90 110	13 798	13,28%
Mai	91 580	92 529	-949	-1,04%
Juin	97 441	94 154	3 287	3,37%
Juillet	130 491	151 361	-20 870	-15,99%
Août	145 283	143 453	1 830	1,26%
Septembre	130 879	141 362	-10 483	-8,01%
Octobre	97 820	105 939	-8 119	-8,30%
Novembre	77 396	85 236	-7 840	-10,13%
Décembre	79 245	78 504	741	0,94%
<b>Total</b>	<b>1 209 923</b>	<b>1 253 909</b>	<b>-43 986</b>	<b>-4%</b>

Glissement significatif des ventes du titre Domitia 1 en faveur de Domitia 2.

## ○ VOYAGES / KILOMETRES COMMERCIAUX

Figure 7.- Evolution des Voyages par Kilomètre Commercial par ligne

	2014	2013	Var	%
Ligne 1	3,32	3,04	0,28	8,49%
Ligne 2	2,95	2,59	0,36	12,20%
Ligne 3	2,62	2,63	-0,01	-0,29%
Ligne 4	2,39	2,22	0,17	7,27%
Ligne 5	1,49	1,34	0,15	10,37%
Ligne 6	1,10	1,17	-0,08	-7,12%
Ligne 7	0,83	0,57	0,26	31,66%
Ligne 9	1,14	1,27	-0,13	-11,65%
Ligne 10	0,86	0,77	0,09	10,41%
Ligne 11	0,53	0,45	0,07	14,11%
Ligne 12	0,39	0,38	0,01	2,75%
Ligne 13	0,53	0,47	0,07	12,58%
Ligne 14	0,39	0,35	0,04	9,21%
Ligne 15	0,20	0,39	-0,19	-91,64%
Ligne 23	2,25	2,12	0,13	5,92%
<b>Total</b>	<b>1,43</b>	<b>1,35</b>	<b>0,08</b>	<b>5,45%</b>

Le ratio V/Km est en légère augmentation depuis 2013, passant de 1.35 v/km à 1.43 V/Km en 2014.

## ○ COURRIER CLIENTS

Figure 8.- Evolution du Nombre de Courriers Clients

	2014	2013	Var
Bus supplémentaire	1	0	1
Nuisances sonores	2	0	2
Accessibilité	3	0	3
Demande création de ligne	0	2	-2
Retard	14	4	10
Déviation	2	0	2
Incident conducteur	19	3	16
Remboursement	1	0	1
Information réseau	82	29	53
Candidature spontanée	21	0	21
Dde horaires /plans	17	7	10
Tarifs / abonnements	24	15	9
Divers	28	7	21
Remerciement	1	0	1
<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>67</b>	<b>148</b>

Le recrutement de l'assistante/marketing a permis d'intégrer une nouvelle politique de la relation client, plus attentive et avec la volonté de traiter efficacement les réclamations clients. L'augmentation des courriers s'explique notamment par cette nouvelle organisation.

## 5. L'OFFRE

## ○ KILOMETRES GLOBAUX ET COMMERCIAUX

Figure 9.- Evolution des Kilomètres Globaux et Commerciaux

Kilomètres	2014	2013	Var	%
Globaux	1 716 066	1 673 269	42 797	2,49%
Commerciaux	1 628 905	1 597 914	30 991	1,90%
<b>TOTAL</b>	<b>3 344 971</b>	<b>3 271 183</b>	<b>73788</b>	<b>2,21%</b>

Figure 10.- Evolution des Kilomètres globaux en fonction du type de ligne

	2014	2013	Var	%
Pendulaires	584 939	580 305	4 634	0,79%
Pénétrantes	887 747	856 718	31 029	3,50%
Proximités	232 658	226 851	5 807	2,50%
Circulaire	10 721	9 395	1 326	12,37%
<b>Total</b>	<b>1 716 065</b>	<b>1 673 269</b>	<b>42 796</b>	<b>2,49%</b>

## 6. PARC VEHICULES URBAINS

### ○ NOMBRE DE VEHICULES

Figure 11.- Evolution des Normes véhicules

	2014	2013	Var
Euro 0	0	0	0
Euro 2	1	1	0
Euro 3	3	5	-2
Euro 4	24	24	0
Euro 5 EEV	4	4	0
Euro 6	2	0	2
Electrique	0	0	0
	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>0</b>

Figure 12.- Comparaison des Normes de la Flotte au Parc France en 2013

	Parc France	CFT Thau
Euro 2	20,50%	2,94%
Euro 3	27,30%	8,82%
Euro 4	14,40%	70,59%
Euro 5 EEV	27,40%	11,76%
	<b>90%</b>	<b>94%</b>

## 7. LE PERSONNEL

### PERSONNEL

Figure 13.- Evolution des Effectifs

AGENTS	2014	2013	Var	%
Atelier	4	4	0	0,00%
Administratif	4	4	0	0,00%
Exploitation	5	6	-1	-20,00%
Conducteurs	71	67	4	5,63%
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>81</b>	<b>3</b>	<b>3,57%</b>

## 8. COMMUNICATION ET INFORMATION

### ○ DOCUMENTS D'INFORMATION

Figure 14.- Quantité de fiches horaires et plan distribués

	2014
Plan	11 400
Ligne 1	5 150
Ligne 2	5 200
Ligne 3	10 600
Ligne 4	2 350
Ligne 5	4 350
Ligne 6	3 350
Ligne 7	3 400
Ligne 9	8 300
Ligne 10	11 700
Ligne 11	5 050
Ligne 12	4 800
Ligne 13	3 450
Ligne 14	5 950
Ligne 15	3 000
Ligne 23	3 450
<b>Total</b>	<b>91 500</b>

Avec plus de 90 000 exemplaires de plans et fiches horaires distribués, ces éditions sont essentielles pour accompagner les clients réguliers et occasionnels dans leurs déplacements. La refonte des éditions horaires avec la mise en place de fiches horaires par ligne a permis d'apporter une information

plus lisible aux clients mais aussi de mieux maîtriser la diffusion de ce support (mise à jour rapide) gestion optimisée des stocks...).

Les fiches horaires des lignes 3 et 10 ainsi que le plan de poche sont les éditions les plus distribuées sur le réseau TAT.

## 10. LES CHIFFRES CLES

