

Sophie HASSAN



Directrice Expérience client, Marketing et Innovation IDF

L'enjeu de l'innovation pour l'expérience voyageur

- Le groupe a souhaité véhiculer un message positif lors de la crise sanitaire. La communication est en partie digitale.



En mai 2020, de nouvelles mesures d'hygiène ont été mises en place telle que la désinfection des bus avec un virucide répondant aux normes européennes.



L'évolution de l'offre de transports

En septembre 2020, a été constaté un retour plus important des voyageurs pour les trajets professionnels, malgré l'étendue de la pratique du télétravail. **Le groupe a lancé une campagne de bienveillance dont l'objectif était de rassurer les voyageurs. « Les mesures sanitaires sont globalement respectées dans les transports en commun » assure Sophie Hassan.**



La crise sanitaire a favorisé l'émergence de plusieurs innovations :

- « **L'explosion du sans contact** » : hausse massive de son usage comme moyen de paiement ;
- La mise en place de l'usage de la carte bancaire (CB) ou du smartphone comme ticket à Brest (lieu de l'innovation) ;
- Le remplacement des boutons stop par des **hologrammes**. Premiers essais effectués en décembre 2020 (innovation sur le réseau SQYBUS qui tend à être déployé).
- Mise en place d'outils permettant de détecter le nombre de personnes par bus : usage de la data pour analyser le remplissage des bus. L'objectif est de pouvoir mettre à disposition des bus supplémentaires et donc, d'adapter l'offre de transports. Cette innovation permet la pratique la « distanciation sociale », recommandée par le gouvernement.

