

Projet AGORABUS

STRATEGIE DE RECETTE

Arrêts de Bus Standard ville de Nîmes

STRATEGIE DE RECETTE

Nom / Code projet	AdBs / AGORABUS
-------------------	-----------------

Référence	Stratégie2025/AGORABUS
-----------	------------------------

Chef de projet	Fabricio Martini
----------------	------------------

Service/Organisation	M2i / Urbanéo S.A.
----------------------	--------------------

Historique			
Version	Auteur	Description	Date
1.0	Fabricio Martini	Version initiale	03/07/2025

Table des matières

1. Définition et Objectifs d'une Stratégie de Recette.....	4
(ou Stratégie de Monétisation)	4
2. Application au Projet "AdBs Nîmes" (Analyse du CdC)	4
3. Proposition pour booster les Recettes du projet	5

1. Définition et Objectifs d'une Stratégie de Recette (ou Stratégie de Monétisation)

Une stratégie de recette est le plan d'affaires financier qui définit **comment un projet, un produit ou un service va générer des revenus pour assurer sa viabilité et sa rentabilité**. Elle est fondamentale pour la planification et l'exécution de tout projet, qu'il soit commercial ou, dans le cas d'un service public, comment il peut optimiser ses ressources et, potentiellement, générer des revenus indirects ou des économies substantielles.

Objectifs Clés :

- Identifier les sources de revenus potentielles.
- Définir le modèle économique.
- Évaluer la rentabilité et la durabilité financière.
- Optimiser l'utilisation des ressources et réduire les coûts.

Composantes Essentielles :

- **Modèles de Revenus** : Vente directe, abonnement, freemium, publicité, commission, licences, sponsoring, etc.
- **Tarification** : Définition des prix et des conditions commerciales.
- **Proposition de Valeur** : Ce qui incite le client (ou l'utilisateur) à "payer" ou à adopter le service.
- **Cible et Marché** : Identification des utilisateurs et du contexte économique.
- **Prévisions Financières & KPIs** : Projections des revenus/coûts et indicateurs de performance clés (CAC, LTV, TCO, etc.).
- **Évolutivité et Durabilité** : Capacité à croître et à maintenir la rentabilité sur le long terme.

2. Application au Projet "AdBs Nîmes" (Analyse du CdC)

Le "Cahier des Charges Complet et Complexe _ Projet Arrêts de Bus Standard Nîmes.docx" se concentre sur l'installation et la maintenance d'infrastructures. La génération de revenus directs n'est pas son objectif premier, mais il intègre fortement la notion d'**optimisation du Coût Global de Possession (TCO)**, ce qui représente une économie significative pour la Régie, équivalant à un gain financier.

2.1. Identification des Sources de Revenus (Directes et Indirectes) :

- **Revenus Directs (Potentiels selon le CdC, à développer) :**
 - **Publicité (FS8 - Fonction Servir)** : Le CdC mentionne la possibilité de "Présenter aux passants des informations municipales, de la publicité". La version "Connectée" des Abribus (AdB) intègre des "Écran numérique (publicité dynamique, infos municipales)", offrant un potentiel accru de monétisation des espaces publicitaires.
 - **Services Divers (FS9 - Fonction Servir)** : La fonction "Offrir aux passants des services divers (téléphone...)" inclut la possibilité de "Bornes recharge USB, Wi-Fi public". Ces services pourraient être monétisés sous certaines conditions.
- **Revenus Indirects / Optimisation des Coûts (Impacts Positifs sur la Régie) :**
 - **Augmentation de la Fréquentation** : Le projet vise à "Fluidifier la circulation" et à "Renforcer l'attractivité" des transports en commun par une expérience usager améliorée. Une augmentation du nombre d'utilisateurs entraînera des ventes accrues de titres de transport, augmentant les recettes globales de la Régie.

- **Optimisation du Coût Global de Possession (TCO) :** L'approche de "Conception à Coût Global Objectif (CCO)" sur 20 ans est une stratégie d'économie fondamentale. Elle inclut la réduction des coûts de réalisation, d'installation, de maintenance et de retrait, minimisant ainsi les dépenses à long terme.
- **Réduction des Coûts de Maintenance et de Remplacement :** Les exigences de longévité (≥ 20 ans), de facilité de maintenance (FS17) et de résistance au vandalisme (FS15) diminuent les coûts opérationnels et de réparation.
- **Efficacité Énergétique :** L'intégration de panneaux solaires pour l'éclairage et les systèmes numériques, ainsi que la gestion intelligente de l'éclairage (détecteurs de présence), réduisent les charges d'exploitation liées à la consommation électrique.

2.2. Proposition de Valeur :

- **Pour les Usagers :** Meilleure information (FS1, FS3, FS7), confort (protection intempéries FS6), accessibilité (PMR - FS4, FS5), sécurité, et esthétique urbaine. Cela rend le transport en commun plus attractif et plus utilisé.
- **Pour la Régie :** Infrastructures durables, économiques sur leur cycle de vie, conformes aux normes, et améliorant l'image du réseau et de la ville.

2.3. Prévisions Financières et Indicateurs Clés (Centrés sur les Coûts) :

Le principal indicateur économique est le **TCO** sur 20 ans. Les objectifs comprennent :

- Minimisation du TCO global.
- Durée de vie des AdB : ≥ 20 ans.
- Réduction des coûts d'installation et de maintenance.
- Maîtrise de la consommation énergétique.

3. Proposition pour booster les Recettes du projet

Pour aller au-delà de l'optimisation des coûts et générer des revenus plus directs, les propositions suivantes devraient être explorées :

3.1. Maximiser la Monétisation des Espaces Publicitaires :

- **Publicité Numérique Dynamique et Ciblée :**
 - **Tarification Flexible :** Proposer des tarifs adaptés aux créneaux horaires, à la localisation de l'arrêt (zone commerciale, résidentielle), et au format (image, vidéo interactive).
 - **Ciblage :** Vendre des campagnes publicitaires ciblées sur des zones géographiques spécifiques ou des profils d'utilisateurs (par exemple, publicité pour les étudiants près des campus).
 - **Contenus Premium :** Facturer plus cher pour des publicités vidéo de haute qualité ou des contenus interactifs qui engagent les usagers.
- **Partenariats Stratégiques :** Développer des relations avec des agences de publicité nationales et des commerces locaux pour maximiser l'occupation des écrans.
- **Sponsoring d'Arrêts de Bus :** Offrir à des entreprises la possibilité de sponsoriser des arrêts spécifiques, en associant leur nom à l'arrêt ou en ayant une visibilité préférentielle sur les supports numériques.

3.2. Monétiser les Services Additionnels :

- **Wi-Fi Public Freemium :**
 - Proposer un accès Wi-Fi de base gratuit pour une durée limitée (ex: 15 minutes).

- Offrir un accès premium payant pour une durée illimitée, une meilleure bande passante, ou des fonctionnalités supplémentaires (ex: VPN intégré, accès à des contenus exclusifs).
- Utiliser la page de connexion comme espace publicitaire ciblé ou pour des enquêtes de satisfaction.
- **Bornes de Recharge USB avec Publicité** : Intégrer des affichages publicitaires discrets sur les bornes de recharge pour capter l'attention des usagers pendant qu'ils rechargent leurs appareils.
- **Bornes Interactives avec Services Payants** : Développer des partenariats pour offrir via les bornes interactives des services payants tels que :
 - Achat de billets d'événements locaux (spectacles, musées).
 - Informations touristiques approfondies ou personnalisées avec des options payantes.
 - Distribution de coupons de réduction numériques pour les commerces de proximité.

3.3. Valoriser l'Image de Marque et l'Expérience Usager :

- **Programme de Fidélité et Abonnements Premium** : Capitaliser sur l'amélioration du service pour encourager l'adoption d'abonnements annuels ou mensuels. Créer des offres "premium" pour les abonnés donnant accès à des avantages exclusifs sur les services des arrêts connectés.
- **Offres Combinées Tourisme/Transport** : Collaborer avec l'Office de Tourisme de Nîmes pour proposer des packs combinant titres de transport et accès à des attractions touristiques, générant une part de revenus pour la Régie.
- **Utilisation des Arrêts comme Espaces Événementiels** : Proposer la location de certains arrêts stratégiques pour des mini-événements sponsorisés (lancements de produits, animations culturelles éphémères, dégustations).

3.4. Optimiser la Gestion des Données (avec Respect du RGPD) :

- **Analyse de la Fréquentation et Flux** : Valoriser les données agrégées et anonymisées (collectées via capteurs ou utilisation Wi-Fi) sur les flux de passagers pour vendre des études de marché à des entreprises locales, des urbanistes ou des agences de développement.
- **Retours Usagers pour l'Amélioration Continue** : Mettre en place des sondages rapides via les écrans des arrêts ou le Wi-Fi. Une amélioration continue du service, basée sur ces retours, peut augmenter la satisfaction et donc la fréquentation.

3.5. Financements Innovants :

- **Partenariats Public-Privé (PPP)** : Au-delà du dialogue compétitif actuel, envisager des PPP pour le financement et/ou l'exploitation de certains aspects des arrêts de bus, où le partenaire privé partagerait les revenus générés (ex: de la publicité).
- **Recherche de Subventions Spécifiques** : Identifier et candidater à des fonds régionaux, nationaux ou européens axés sur la mobilité durable, l'innovation urbaine ou l'accessibilité, afin de réduire le coût net du projet pour la Régie.

Historique			
Version	Approbateur(s)	Description	Date
1.0	Régie autonome de transports de la ville de Nîmes	Version initiale	03/07/2025