

Diapositive 1 : Titre de la présentation

- **Titre** : Stratégie de Recette du Projet AGORABUS
- **Sous-titre** : Optimisation des revenus et réduction des coûts pour les Arrêts de Bus de Nîmes
- **Chef de Projet** : Fabricio Martini
- **Organisation** : M2i / Urbanéo S.A.
- **Référence du projet** : Stratégie2025/AGORABUS
- **Date** : 03/07/2025

Diapositive 2 : Qu'est-ce qu'une stratégie de recette ?

- **Définition** : Plan financier pour générer des revenus et assurer la viabilité et rentabilité d'un projet.
- **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 (publicité, sponsoring, etc.), tarification, proposition de valeur, cible et marché, prévisions financières et KPIs, évolutivité et durabilité.

Diapositive 3 : Application au projet "AdBs Nîmes" - Analyse du Cahier des Charges (CdC)

- Le CdC se concentre principalement sur l'installation et la maintenance des infrastructures, la génération de revenus directs n'étant pas l'objectif premier.
- **Focus majeur** : Optimisation du Coût Global de Possession (TCO) sur 20 ans, équivalent à une économie financière significative pour la Régie.

Diapositive 4 : Sources de revenus (Directes et Indirectes)

- **Revenus Directs (potentiels)** :
 - **Publicité (FS8)** : Possibilité d'afficher des informations municipales et de la publicité. Les écrans numériques des abribus connectés offrent un potentiel accru de monétisation via la publicité dynamique.
 - **Services Divers (FS9)** : Bornes de recharge USB et Wi-Fi public, potentiellement monétisables.
- **Revenus Indirects / Optimisation des Coûts** :
 - **Augmentation de la Fréquentation** : Amélioration de l'expérience usager pour attirer plus de passagers, augmentant les ventes de titres de transport.
 - **Optimisation du TCO** : Réduction des coûts de réalisation, installation, maintenance et retrait sur 20 ans.
 - **Réduction des Coûts de Maintenance et Remplacement** : Exigences de longévité (≥ 20 ans), facilité de maintenance (FS17) et résistance au vandalisme (FS15) réduisent les dépenses.

- **Efficacité Énergétique** : Panneaux solaires et gestion intelligente de l'éclairage réduisent les charges d'exploitation.

Diapositive 5 : Proposition de Valeur et Indicateurs Clés

- **Pour les Usagers** : Meilleure information, confort (protection intempéries), accessibilité PMR, sécurité et esthétique urbaine, rendant les transports en commun plus attractifs.
- **Pour la Régie** : Infrastructures durables, économiques sur leur cycle de vie, conformes aux normes, améliorant l'image du réseau et de la ville.
- **Indicateur économique principal** : Le Coût Global de Possession (TCO) sur 20 ans.
- **Objectifs TCO** : Minimisation du TCO global, durée de vie des AdB ≥ 20 ans, réduction des coûts d'installation/maintenance, maîtrise de la consommation énergétique.

Diapositive 6 : Propositions pour "booster" les recettes (au-delà des économies)

- **Maximiser la monétisation des espaces publicitaires** :
 - **Publicité Numérique Dynamique et Ciblée** : Tarification flexible selon les créneaux horaires, la localisation et le format. Possibilité de cibler des campagnes géographiquement. Facturer plus cher les contenus premium.
 - **Partenariats Stratégiques** : Collaborer avec des agences et commerces locaux.
 - **Sponsoring d'Arrêts de Bus** : Offrir aux entreprises de sponsoriser des arrêts spécifiques.
- **Développer des services à valeur ajoutée monétisables** :
 - **Distributeurs Automatiques Intégrés** : Vente de titres de transport (si non existant), boissons, snacks.
 - **Publicité interactive/expérientielle** : Campagnes engageantes via les écrans.
- **Optimiser la gestion des données** :
 - **Analyse de la Fréquentation et Flux** : Vendre des études de marché anonymisées basées sur les données agrégées des passagers (capteurs, Wi-Fi).
 - **Retours Usagers** : Sondages rapides via les écrans ou le Wi-Fi pour une amélioration continue, augmentant la satisfaction et potentiellement la fréquentation.
- **Financements Innovants** :
 - **Partenariats Public-Privé (PPP)** : Envisager des PPP pour le financement/exploitation, avec partage des revenus (ex: publicité).
 - **Recherche de Subventions Spécifiques** : Identifier et candidater aux fonds régionaux, nationaux ou européens pour la mobilité durable, l'innovation urbaine, l'accessibilité.