

Le déploiement du « titre de transport unique » national

*Un support universel pour toutes les mobilités partagées sur le
territoire français*

Pourquoi un « titre de transport unique » national ?

Défis écologiques et sociaux :

- Simplifier l'accès à tous les citoyens dans tous les territoires à l'offre de mobilité existante ;
- Proposer un bouquet de services ;
- Susciter des changements de comportement et de pratique de mobilité

30%

*des émissions
de GES issues
du transport*

80%

*des
déplacements
réalisés en
voiture*

200

*systèmes
billettiques
différents en
France*

713

*Autorités
Organisatrices
de la Mobilité*

→ Un outil pour valoriser les politiques publiques locales et nationales

Le double objectif du projet

Pour les usagers....

Un projet opérationnel :

un **outil** dans les mains des usagers pour leur permettre des **déplacements sans couture** et **déployé progressivement** sur le territoire national

→ Initié dans le cadre d'un « **Hackathon** », il répond à des cas d'usage **identifiés** ;

→ un développement « **Agile** » pour s'adapter au mieux aux **besoins des usagers**



Le double objectif du projet

... Et pour les **Autorités Organisatrices de la Mobilité, l'Etat et l'écosystème**

Une vision stratégique :

Des **freins à l'interopérabilité** à lever : **offrir un cadre** juridique, fonctionnel, technique et une **gouvernance souveraine** pour l'ouverture des canaux de vente ; l'émergence de nouvelles solutions billettiques ; l'ouverture à la concurrence...



- Capitaliser sur les **outils existants** (Point d'Accès National, lois en vigueur, normes et standards...);
- Créer des briques **mutualisées et ouvertes**



Les prochaines étapes ?

- Annoncer les **territoires pilotes de l'expérimentation**
- Mettre en œuvre la feuille de route co-construite avec les AOM : publication du **marché de développement** de la solution opérationnelle « titre unique » ;
- Lancer **l'expérimentation dès la fin 2024** ;
- Poursuite des **groupes de travail** sur les aspects techniques, juridiques, marketing, communication... avec l'ensemble des parties prenantes

MERCI POUR VOTRE ATTENTION