



Rapport du Conseil communal au Conseil général concernant la politique d'incitation à l'utilisation des transports publics par les jeunes (ABOADO)

(Du 4 septembre 2017)

Madame la Présidente,
Mesdames, Messieurs,

1. Introduction

Dans son programme politique 2014-2017, le Conseil communal a défini les axes stratégiques de l'activité de l'Exécutif et de l'administration. Dans ce cadre, 6 actions phares, caractérisées par leur aspect innovant et ambitieux, ont été développées. L'une d'elle préconisait d'instaurer un abonnement mobilité jeune.

La tarification des transports publics ou la création d'un titre de transport spécifique n'est pas de la compétence des communes, mais de la communauté tarifaire Onde Verte. Cette dernière ne soutient logiquement pas des solutions spécifiques locales. Si la Ville de Neuchâtel a choisi de réaliser une phase-pilote pour soutenir le transfert modal durable des jeunes, c'est bien dans l'optique de tester une politique tarifaire innovante et de pouvoir y rallier d'autres acteurs. Ainsi, notre Conseil a décidé d'agir directement sur les coûts des abonnements existants et a développé un type de campagne de communication nouvelle.

L'ABOADO a pris concrètement la forme d'un bon d'une valeur équivalente à 50% du prix d'achat de l'abonnement Onde Verte 2 zones junior (abonnement couvrant la zone de Neuchâtel et environs). Le bon personnalisé est distribué, via les écoles ou par courrier, à tous les jeunes résidant en Ville de Neuchâtel dès la 7^{ème} année HarmoS (10 ans) jusqu'aux moins de vingt ans. Le bon peut être échangé dans les guichets transN et CFF contre les différents types d'abonnements annuels existants, y compris l'abonnement général CFF. Depuis l'automne 2016, il est également disponible, sur demande, pour les jeunes n'étant pas encore entrés en 7^{ème} année (dès 6 ans).

Le projet ABOADO, autorisée par votre autorité pour une période d'essai de 3 exercices, encourage les jeunes à utiliser d'avantage les transports publics pour leurs déplacements quotidiens et de loisirs.

Grâce à l'ABOADO, un jeune sur deux dispose aujourd'hui d'un abonnement Onde Verte annuel, alors qu'ils n'étaient qu'un sur quatre en 2014. Ce sont ainsi plus de 1'700 jeunes et leurs familles qui bénéficient directement de la politique de la Ville. La nouvelle prestation enregistre un succès spectaculaire et atteint les buts les plus optimistes.

Si le financement de cette action a été assuré pour les années 2015, 2016 et 2017 par prélèvement dans le fond destiné à l'amélioration de l'accessibilité au centre-ville, une décision de votre Conseil est nécessaire pour statuer sur le maintien de l'ABOADO dès 2018 et le développement du projet.

L'objectif du présent rapport est de présenter les résultats obtenus durant la phase-pilote, de proposer sa pérennisation et de tester pendant 3 années son extension aux 20 à 25 ans. Le rapport se base sur une évaluation supervisée par l'IDHEAP¹, sur les statistiques de transN et Onde Verte ainsi qu'une large étude-enquête réalisée par l'Institut de géographie de l'UniNe.²

2. Contexte

La mobilité douce et l'utilisation des transports publics sont des solutions efficaces pour répondre à divers problèmes publics comme la

¹ P. Geissbühler, 2016, *Evaluation de la politique de subventionnement des transports publics chez les jeunes*, travail de certificat exécutif en management et action publique

² R. Kaenzig et O. Söderström, 2017, *La mobilité des étudiants-es et collaborateurs-trices de l'université de Neuchâtel*, Institut de géographie

saturation du réseau routier et des places de stationnements, la protection de l'environnement ou encore de promotion de la santé.

La Ville de Neuchâtel s'investit activement depuis de nombreuses années en faveur du transfert modal et l'ABOADO s'inscrit ainsi dans le cadre des engagements pris lors de la signature de la Charte pour une mobilité urbaine durable. Il répond aux demandes issues des démarches participatives Centre & Rives et Centre & Gare, et est cohérent avec les objectifs de la loi sur les transports publics et ceux du programme cantonal Mobilité 2030, récemment plébiscités par la population neuchâteloise.

Au niveau de notre ville, nous avons encouragé dès 2001 l'utilisation des transports publics en permettant à tous les habitants de bénéficier de l'abonnement Onde Verte adulte au prix junior (de 26 ans jusqu'à l'âge AVS).

L'ABOADO est l'une des 6 actions phare du programme politique 2014-2017 et répond à la motion 12-310 « *Un abonnement TN à tarif préférentiel pour les écoliers domiciliés sur le territoire communal* » qui demandait au Conseil communal d'étudier la possibilité d'instaurer, pour les écoliers et les jeunes en formation habitant Neuchâtel, un abonnement TN (aujourd'hui transN) à un tarif préférentiel couvrant uniquement le territoire communal.

3. Objectifs politiques

L'objectif principal de l'action ABOADO est d'encourager la jeune génération à utiliser les transports publics de manière régulière et à long terme.

Il s'agit ainsi d'une politique de mobilité globale qui intègre tant les trajets liés à la formation et au travail que ceux liés aux loisirs. En effet, à l'échelle nationale, les déplacements de loisirs représentent le premier motif de déplacement, avant le travail et la formation, avec 40% des kilomètres totaux parcourus³. La mesure profite à tous les jeunes habitants de Neuchâtel peu importe leur parcours et leur statut.

Le but pour le moins ambitieux de la phase-test a été de doubler le nombre de jeunes disposant d'un abonnement annuel. En favorisant la disponibilité d'abonnement annuel dans la population, ABOADO

³ OFS, ARE, Microrecensement mobilité et transport, 2010.

simplifie l'accès aux transports publics et encourage à choisir un moyen de transport doux. Pour favoriser le transfert modal à long terme, la Ville de Neuchâtel mise sur la création d'habitudes d'utilisation et d'expériences positives dès le plus jeune âge. Nous estimons que quand la moitié ou davantage d'une population dispose d'un abonnement annuel, l'utilisation des transports publics devient la normalité, le premier choix, indépendamment du niveau de vie de la famille.

L'utilisation accrue des transports publics, de par la nature de son réseau, va également intensifier la fréquentation du centre-ville tout en diminuant la pression sur les places de stationnement.

Bien que n'étant pas le seul frein, le prix des titres de transport reste fréquemment mentionné comme principal obstacle à l'utilisation des transports publics. La Ville diminue ce frein tout en soulageant de manière directe le budget des familles.

4. ABOADO – Présentation du dispositif

Le dispositif devait répondre à plusieurs critères cumulatifs :

- Simple à comprendre pour l'utilisateur, pas de bureaucratie
- Simple à gérer par l'administration, pas de personnel supplémentaire
- Efficace pour la mobilité urbaine durable

Sans oublier :

- Favorable aux familles (notamment aux bas revenus)
- Favorable aux déplacements scolaires.

La prestation ABOADO correspond à un montant équivalent à 50% de l'abonnement Onde Verte junior 2 zones pour tous les jeunes de la 7^{ème} année (10 ans) et jusqu'à l'âge de 20 ans résidant sur le territoire communal. Les populations 6-9 ans et 20-25 ans, bénéficiaires des tarifs juniors également, ont ainsi été écartées de l'action, dans un premier temps. Le dispositif a été adapté à l'automne 2016 en intégrant la population des 6 à 9 ans qui représentait un tout petit nombre de cas (sur demande seulement).

L'ABOADO prend la forme d'un bon d'une valeur de 238.50 francs distribué par les secrétariats des écoles et des lycées via les enseignants, ou envoyé par courrier à tous les jeunes hors du système scolaire⁴.

Le bon est valable pour tous les abonnements annuels Onde Verte couvrant au minimum les zones 10-11 ainsi que sur l'abonnement général CFF.

4.1. Campagne de distribution

La Direction de la mobilité a effectué les démarches auprès des partenaires (écoles, sociétés de transports, service du contrôle des habitants, office de l'informatique scolaire et de l'organisation (OISO)) ainsi qu'auprès du centre électronique de gestion (CEG) afin de bénéficier des bases de données nécessaires dans le respect de la confidentialité des données mais également pour rendre aussi simple que possible l'édition des bons. Ainsi, les bons sont disponibles sur le système de gestion des élèves « CLOEE », permettant aux secrétariats des écoles de les imprimer déjà ordonnés en fonction de la composition des classes. Chaque année, au mois de mai, les enseignants distribuent « leur tas de bons » dans leurs classes, ce qui déclenche le renouvellement des abonnements et stimule une sorte de mouvement social partagé.

Tous les autres jeunes de moins de 20 ans reçoivent le bon par courrier à la maison. Nous avons confié ce service au centre éditique de l'Etat qui a réalisé l'impression et la mise sous pli pour la modique somme de 240 francs. Les frais d'envois postaux se sont montés à 860 francs.

Les nouveaux habitants arrivant en cours d'année s'adressent au service du Contrôle des Habitants qui, dès le 1^{er} janvier 2017, a inclus ce service dans ses procédures. Il assure ainsi également la cohérence avec la distribution des bons « Adultes ». Le Service de la Mobilité est à disposition pour répondre aux questions et gère la page web dédiée à l'ABOADO.⁵

Sur chaque bon est imprimé un « *pay-série*⁶ » qui permet au personnel

⁴ Dès le 12.12.2016, le montant a augmenté à 247.50 francs pour suivre l'augmentation générale des tarifs Onde Verte.

⁵ www.aboado.ch

⁶ Code d'identification des CFF qui permettent une facturation directe à un débiteur. En l'occurrence, 238.50 francs sont facturés à la Ville et 238.50 francs sont payés directement par le client.

du guichet transN de la Place Pury ou CFF à la gare de facturer 238.50 francs à la Ville et le solde de l'abonnement au client.

Il s'agit donc d'un dispositif léger, ne nécessitant aucune ressource administrative supplémentaire.

Pour la phase-pilote et en intégrant un montant pour la mise en place et la promotion, le budget global avait été devisé à 650'000 francs/an à prélever sur le fonds pour l'amélioration de l'accessibilité au centre-ville. Ce fonds est alimenté par 10% des recettes des parcmètres ainsi que par les contributions pour places de parcs manquantes⁷. Un montant variant de 200'000 à 300'000 francs est versé chaque année au fonds. Fin 2016, le prélèvement effectué s'est monté à 412'000 francs.

Les subsides de déplacements qui étaient accordés jusqu'ici pour les familles à revenus modestes ont été abolis. Ces dernières ont été invitées à se rendre aux guichets sociaux régionaux pour établir un diagnostic complet de leur situation permettant un accompagnement plus ciblé et professionnel. Les subsides concernaient entre 60 et 100 enfants pour des montants oscillant entre 27'000 et 43'000 francs pour la période 2012 à 2014. L'octroi de cette subvention par la Direction de l'Education n'était pas adéquat et particulièrement chronophage (environ 45 minutes d'entretien par famille puis une analyse du dossier) et nécessitait de nombreux contrôles (carnets scolaires, pièces d'identité et détermination du revenu). De plus, le barème utilisé pour l'octroi n'était plus satisfaisant.

5. Résultats obtenus entre juin 2015 et décembre 2016

5.1. Impact sur les ventes de titres de transports

Le premier impact mesurable de l'action ABOADO est l'évolution des ventes des titres de transports entre 2014 et 2016.

Une évolution significative a été enregistrée sur les ventes d'abonnements annuels Onde Verte (+83%) chez les 10 à 20 ans. Cette évolution est plus mesurée sur les abonnements généraux (+6%). Les abonnements Onde Verte représentent 90% des abonnements annuels vendus en 2016. L'annexe 1 présente le détail des ventes d'abonnements annuels Onde Verte pour les jeunes de 0 à 25 ans.

⁷ Taxes prélevées dans le cadre d'un permis de construire en remplacement de places de parcs non construites

5.1.1. Impact sur les ventes des abonnements annuels Onde Verte

La figure I présente l'évolution des ventes d'abonnements annuels dans la population de la Ville de Neuchâtel par classes d'âges. Il comporte tous les abonnements annuels Onde Verte vendus sans distinction du nombre de zones.

Ventes d'abonnements annuels Onde Verte par classes d'âges	2014	2015	2016	2014-2016
0-9 ans	20	34	27	35.00%
10-20 ans	970	1634	1776	83.09%
21-25 ans	195	199	232	18.97%
26 ans à 64 ans	1298	1416	1583	21.96%
65 ans et plus	912	935	949	4.06%
Total	3395	4218	4567	34.52%

Figure I : Ventes d'abonnements Onde Verte annuels par classes d'âge

Pour notre population-cible, les ventes ont augmenté de 83% entre 2014 (aucun soutien) et 2016 (année de soutien complète), soit de 806 unités. C'est un excellent résultat qui permet de presque atteindre en deux campagnes seulement l'objectif pour le moins optimiste, soit doubler le nombre de jeunes disposant d'un abonnement.

La figure II présente le taux de disponibilité d'abonnements annuels Onde Verte dans notre population (part de la population qui dispose d'un abonnement).

Taux de couverture (Onde Verte)	2014	2015	2016
6-9 ans	1.70%	2.82%	2.30%
10-20 ans	27.51%	46.82%	50.83%
21-25 ans	8.08%	8.20%	10.03%
26 ans à 64 ans	6.95%	7.56%	8.43%
65 ans et plus	14.94%	15.31%	15.71%
Total	10.06%	12.49%	13.58%

Figure II : taux de disponibilité d'abonnements annuels dans la population

Aujourd'hui, un jeune sur deux possède un abonnement annuel Onde Verte de transports publics alors qu'ils n'étaient qu'un peu plus de un sur quatre en 2014.

ABOADO a eu un effet très important sur le niveau des ventes d'abonnements annuels Onde Verte.

5.1.2. Cas des abonnements mensuels et transferts

Un élément important qui soulage les budgets des familles est la possibilité d'acquies un abonnement annuel à tarif préférentiel plutôt que de devoir acheter des abonnements mensuels, dont le coût total peut s'avérer plus élevé pour la même prestation. En effet, dans l'offre de base Onde Verte, le prix de l'abonnement annuel correspond au prix de 9 mois d'abonnement mensuel. Grâce à l'ABOADO, l'abonnement annuel correspond au prix de 4.5 mois.

On constate un fort report des clients qui achetaient des abonnements mensuels vers les abonnements annuels. La baisse des ventes et du nombre de clients pour les abonnements mensuels de notre population-cible est de plus de 30%.

Sur les 345 clients qui ont passé d'un abonnement mensuel à un abonnement annuel entre 2015 et 2016, 215 avaient acheté 5 mois ou plus en 2015 et ont donc fait une économie en 2016.

Les 130 autres peuvent avoir développé leur utilisation des transports publics en bénéficiant désormais d'un abonnement annuel alors qu'ils étaient des utilisateurs « occasionnels » en 2015 avec 4 mois d'abonnements ou moins.

On constate que seuls 22 des 121 usagers qui ont acquis 10, 11 ou 12 mois d'abonnements ont effectué le transfert vers un abonnement annuel, malgré qu'ils soient les grands bénéficiaires de l'action ABOADO. Nous ne pouvons, à ce stade, que dresser les hypothèses suivantes : soit un prix de 50% de l'abonnement reste encore trop élevé pour un achat en une fois, soit l'information n'est pas comprise par ces utilisateurs, soit il s'agit d'une population dont les dépenses mensuelles sont encadrées et ne permettent que peu de variations (par ex. bénéficiaire de l'aide sociale). Une réflexion particulière sera menée avec les services concernés en cas d'acceptation de la pérennisation du projet.

De manière générale, le transfert qui s'est effectué entre les abonnés mensuels et annuels est positif, tant en termes de mobilité qu'en termes de pouvoir d'achat pour les familles.

5.1.3. Structure et évolution de la clientèle

En analysant les comportements individuels des clients Onde Verte pour notre population-cible, nous pouvons tirer des informations particulièrement intéressantes :

Sur les 1'668 abonnés annuels en 2015 (0 à 20 ans), 756 clients (45%) en possédaient déjà un en 2014 et l'on renouvelé, 383 (23%) ont passé d'un abonnement mensuel à un abonnement annuel et 529 (32%) sont des nouveaux abonnés Onde Verte (peut-être aussi des utilisateurs de cartes multicourses ou de tickets individuels).

En 2016, 1'197 (66%) ont renouvelés leurs abonnements, 345 (19%) ont optés pour un abonnement annuel plutôt que mensuel et 261 (14%) sont des nouveaux clients.

Ainsi, en deux exercices, nous pouvons compter 790 nouveaux abonnés annuels et près de 730 clients ont fait le choix de prendre un abonnement annuel plutôt que mensuel. On remarque également que le taux de renouvellement d'abonnements dans notre population-cible croît sensiblement.

2015		
Nombre d'abonnés annuels (0-20 ans)	1'668	
Disposaient d'un abo annuel en 2014 (renouvellement)	756	45%
Disposaient d'un abo mensuel en 2014 (transfert)	383	23%
Nouveaux abonnés	529	32%

2016		
Nombre d'abonnés annuels (0-20 ans)	1'803	
Disposaient d'un abo annuel en 2015 (renouvellement)	1'197	66%
Disposaient d'un abo mensuel en 2015 (transfert)	345	19%
Nouveaux abonnés	261	14%

Total nouveaux abonnés	790
Total transfert d'abonnements mensuels vers annuels	728

Figure III : structure de la clientèle –renouvellement, transferts et nouveaux abonnés

5.1.4. Impact sur les ventes d'abonnements généraux annuels

L'impact sur les ventes d'abonnements généraux est plus mesuré. On constate une légère augmentation des ventes dans notre population-cible, cependant, les variations enregistrées ne permettent pas de certifier d'un changement significatif dans les comportements d'achat.

Entre 2014 et 2016 le nombre d'abonnements généraux vendus pour notre population-cible passe de 203 à 216.

Il semble que l'abonnement général soit intéressant pour les jeunes les plus âgés de notre population-cible et au-delà de 20 ans.

5.1.5. Impact sur les autres titres de transports

Les impacts sur les autres titres de transports, comme les cartes multicourses ou tickets individuels sont difficiles à appréhender. En effet, ces acheteurs étant anonymes, il est par définition impossible de connaître leur lieu de domicile où leur âge.

En matière de mobilité, la « transformation » d'un utilisateur de billet individuel ou de cartes multicourses en possesseur d'un abonnement annuel est un signal positif qui tend à démontrer une volonté d'utilisation des transports publics plus fréquente, ou pour le moins plus simple et plus intuitive.

De plus, le risque de cannibalisation, notamment financière, semble restreint étant entendu que le prix d'un abonnement 2 zones junior correspond au prix de près de 120 courses (au tarif plein, payable dès 16 ans) ou 220 courses au tarif réduit (en-dessous de 16 ans), soit une utilisation fréquente des transports publics peu compatible avec ce mode de paiement.

Si les données Onde Verte présentent une baisse des recettes sur les billets individuels et cartes multicourses sur la période concernée, il convient de le mettre en lien avec un facteur externe dont l'impact est difficilement mesurable : les tarifs des transports publics en Suisse ont été augmentés sensiblement entre 2014 et 2016. Par exemple, le billet individuel de bus est passé chez nous de 3.80 à 4.20 francs, l'abonnement Onde Verte junior de 459 à 495 francs. Si ces augmentations ont poussé certains usagers à profiter de l'ABOADO, elles péjorent les comparaisons avec les résultats globaux des entreprises de transport comme le montre le chapitre ci-après.

5.1.6. Contexte cantonal

Les données Onde Verte permettent également de mettre en relief l'impact de l'action de la Ville dans le contexte cantonal.

Au niveau cantonal, les ventes d'abonnements annuels Onde Verte ont évolué ainsi :

Ventes abonnements annuels Onde Verte	2014	2016	2014-2016
Canton	15'747	16'718	6.2%
Ville de Neuchâtel - ABOADO (6-20 ans)	990	1'803	82.1%
<i>Part au total cantonal</i>	<i>6.3%</i>	<i>10.8%</i>	
Ville de Neuchâtel (hors ABOADO)	2'405	2'764	14.9%
<i>Part au total cantonal</i>	<i>15.3%</i>	<i>16.5%</i>	
Ville de Neuchâtel	3'395	4'567	34.5%
<i>Part au total cantonal</i>	<i>21.6%</i>	<i>27.3%</i>	
Reste canton	12'352	12'151	-1.6%
<i>Part au total cantonal</i>	<i>78.4%</i>	<i>72.7%</i>	<i>-7.3%</i>

Figure IV : part de la ville dans le total des ventes d'abonnements annuels Onde Verte

En 2014, Onde Verte a vendu 15'747 abonnements annuels et 16'370 en 2015, soit une croissance de 623 unités. Nous constatons que l'augmentation auprès de notre population-cible représente sur la même période 664 unités, soit plus que la croissance cantonale.

Toute chose étant égale par ailleurs, les actions d'encouragement de la Ville, notamment ABOADO, soutiennent fortement la croissance des ventes d'abonnements annuels cantonaux – ou constituent même le principal facteur d'amélioration.

5.2. Impact sur le transfert modal

L'objectif final de l'action est de favoriser le transfert modal et d'ancrer l'utilisation des transports publics dans les habitudes de nos jeunes citoyens. Pour identifier un tel transfert modal, l'évaluation IDHEAP a analysé l'évolution de fréquentation des lignes de bus et mené une enquête sur les habitudes des déplacements des jeunes de 11ème année. Cette enquête d'une vingtaine de questions a été adressée à tous les écoliers de 11ème année (14-15 ans) des centres scolaires du Mail et des Terreaux.

5.2.1. Impact sur la fréquentation des lignes de bus du centre-ville

L'approche la plus directe pour identifier une modification de comportements dans l'utilisation des transports publics par notre population-cible est d'analyser le taux de fréquentation des lignes de bus qui circulent sur le territoire communal. En effet, en considérant

qu'aucun autre élément majeur n'ait influé sur le comportement de notre population, une variation de la fréquentation des lignes du centre-ville pourrait être expliquée par l'action ABOADO et une meilleure disponibilité des titres de transports.

Selon les données des comptages réalisés par transN, les lignes du centre-ville ont enregistrées globalement entre 2015 et 2016 une croissance de 2.8% de la fréquentation, contre une diminution de 0.5% en moyenne cantonale.

En comparant uniquement les lignes n'ayant pas subies de modifications d'horaires, de fréquences (120, 421) ou des travaux importants (215, 110) sur les premiers semestres 2015 et 2016 nous obtenons une croissance de 4% de la fréquentation qui représente plus de 1'800 passagers journaliers.

Fréquentation journalière moyenne	2015	2016	Evolution	en %
Ligne 101	18'329	19'612	1'283	7%
Ligne 102	7'640	7930	290	3.8%
Ligne 106	975	908	-67	-6.9%
Ligne 107	9'123	9'451	83	3.6%
Ligne 109	6'263	6'238	-25	-0.4%
Ligne 111	270	285	15	5.5%
Ligne 112	825	872	47	5.7%
Ligne 121	1'833	1'793	-40	-2.2%
Total	45'258	47'089	1'831	4%

Figure V : fréquentation journalière moyenne des lignes du centre ville

Si cette augmentation de la fréquentation, significativement meilleure que la moyenne cantonale, ne peut être directement imputée à la mise en place de l'ABOADO, nous constatons une certaine cohérence entre les lignes qui ont vu leurs fréquentations augmenter et la desserte des pôles de formation notamment.

Par exemple, la ligne 101 est utilisée pour se rendre dans les lycées, au CPLN et à l'Université et la ligne 102 dessert Serrières et son collège mais également les Parcs et les Sablons.

A noter que depuis le 1er janvier 2016, les touristes séjournant dans les hôtels du canton bénéficient d'une carte d'accès pour l'ensemble des transports en commun du canton. Si le retour des utilisateurs est très positif, aucune donnée d'utilisation des cartes n'est disponible. Cet aspect pourrait avoir influencé également la fréquentation.

5.2.2. Evaluation du transfert modal chez les élèves de 11ème année

Ce transfert modal est également validé par les réponses obtenues dans notre enquête. 50% des jeunes de 11ème année ont estimé avoir effectué d'avantage de trajets en transport public durant l'année scolaire en cours (2016-2017) que durant l'année scolaire 2014-2015. 8% des répondants annoncent même avoir commencé à utiliser les transports publics après la mise en place d'ABOADO.

Les 148 jeunes de notre Ville ayant répondu à la question estiment effectuer 2'407 trajets hebdomadaires en transports publics en 2016 contre 1'818 en 2014, ce qui représente une augmentation de 32.4%.

5.2.3. Impact sur les trajets liés à la formation

L'une des questions de l'enquête s'intéressait particulièrement aux moyens de transports utilisés pour se rendre et rentrer de l'école. Les réponses des 119 écoliers qui n'ont ni déménagé ni changé de collège permettent d'isoler la modification d'un comportement induit uniquement par notre action. Le nombre de trajets hebdomadaires effectués et la fréquence d'utilisation des différents moyens de transports n'ont pas évolué de manière significative, notamment au vu de la marge d'erreur statistique.

Moyen de transport	2016		2014		Variation (Δ)
	Trajets hebdomadaires	Fréquence	Trajets hebdomadaires	Fréquence	
Bus	1235	59.51%	1184	57.75%	+1.76%
Pied	767	36.96%	843	41.12%	-4.16%
Vélo	6	0.29%	0	0%	
Vélocycle	28	1.35%	0	0%	
Voiture	39	1.54%	23	1.12%	+0.42%
Total des trajets	2075		2050		+1.21%

Figure VI: Fréquence d'utilisation des différents moyens de transports pour les trajets scolaires chez les jeunes de 11ème année

On constate que 96% (2016) et 99% (2014) des trajets sont ou étaient déjà réalisés à pied ou en transports publics. L'utilisation de la voiture pour cette classe d'âge ne semble pas être un réel problème, avec moins de 40 occurrences par semaine, ou 1.5% des déplacements.

L'accès à un permis de conduire vélocycle ajoute une alternative aux moyens de transports à disposition, sans impact majeur dans notre

enquête. Les trajets en véhicules individuels motorisés (TIM) représentent un peu moins de 3% des trajets.

Selon les données nationales, la problématique des parents-taxi semble principalement concerner la catégorie des plus jeunes enfants, soit dans la catégorie 6-9 ans⁸. Ouvrir la subvention à cette catégorie de population était une solution pour faire baisser le nombre de parents-taxi aux abords des écoles.

5.2.4. Impact sur les trajets liés aux loisirs

Les transports liés à des activités de loisirs sont plus difficile à mesurer. L'enquête présente cette problématique sous deux angles : l'angle des activités de loisirs organisées et régulières et l'angle des loisirs généraux et des interactions sociales.

Afin de mettre en évidence un changement de comportement dans les déplacements liés aux loisirs réguliers, l'une des questions portait sur le lieu, le nombre d'entraînement/séances et les moyens de transports pour aller et revenir des activités de loisirs. La figure suivante présente le nombre de trajets hebdomadaires effectués pour 97 répondants classés par moyen de transport.

Moyen de transport	2016		2014		Variation de la fréquence d'utilisation
	Total	Fréquence	Total	Fréquence	
Transport publics	337	55.61%	207.5	47.05%	+18.19%
Mobilité douce (pied et vélo)	143	23.60%	114.5	25.96%	-9.09%
Vélocycle	13.5	2.23%	0	0%	
Voiture	112.5	18.56%	119	26.98%	-31.21%
Total des trajets hebdomadaires	606		441		+37.41%

Figure VII: Moyens de transports pour les trajets liés aux loisirs organisés

On constate d'une part une augmentation significative de la part des déplacements pour les loisirs effectués en transports publics (56% en 2016 contre 47% en 2014) et d'autre part une baisse significative de la part des déplacements effectués en voitures (19% en 2016 et 27% en 2014).

Les trajets effectués en transports individuels motorisés (vélocycle et voiture) représentent plus de 20% des trajets pour les loisirs organisés

⁸ D. Sauter, DETEC, *Mobilité des enfants et adolescents*, 2014

alors que 79%(2016) des trajets pour les loisirs organisés sont réalisés à pied ou en transport publics.

La question des déplacements en dehors de cadre organisé (voir des amis, sorties, etc.) est appréhendée sous un angle qualitatif. Ainsi, il a été demandé aux jeunes d'attribuer une note entre 1 (jamais) et 10 (toujours) qui définit la fréquence d'utilisation des différents moyens de transports empruntés lors de leurs sorties de loisirs hors d'un cadre organisé.

Nous obtenons les résultats suivants :

	Note moyenne 2016	Note moyenne 2014	Variation (Δ)
Pied	5.07	5.66	-10.42%
Vélo	2.16	2.83	-23.37%
Voiture	3.55	3.96	-10.35%
Bus	7.87	6.88	+14.39%
Vélocycle	1.27	1.05	+20.95%

Figure VIII: Estimation du taux d'utilisation des différents moyens de transports publics pour les loisirs hors d'un cadre organisé

Les jeunes de 11ème année habitant Neuchâtel plébiscitent l'utilisation du bus pour leurs déplacements de loisir. La valeur en absolu est très bonne avec 7.87 de moyenne sur 10 et sa croissance est significative.

On constate que cette évolution vers les transports publics se fait au détriment de tous les autres modes de transports (exception du vélocycle).

5.2.5. Impact sur le transfert modal – Conclusions

Bien que les résultats obtenus doivent être interprétés avec prudence, tant les mesures de fréquentations réalisées par transN que les réponses des élèves de 11ème année tendent à démontrer une utilisation accrue des transports publics chez les jeunes, coïncidant avec la mise en place de l'action ABOADO.

L'hypothèse de départ selon laquelle disposer d'un abonnement de transport public entraîne une utilisation accrue de ce moyen de transport se vérifie.

Au-delà d'une croissance importante des ventes, ABOADO entraîne bien un changement dans les comportements de notre population-cible. Les trajets de loisirs notamment, sont davantage effectués en transports publics depuis l'introduction d'ABOADO.

Malheureusement, ce report modal, semble se faire non seulement au détriment des transports en voitures, mais aussi de la mobilité douce. C'est un des arguments pour intégrer dans notre futur programme politique la mise en place d'une stratégie cyclable cohérente avec le nouveau plan directeur cantonal en la matière.

Aujourd'hui, par rapport à l'année scolaire 2014-2015, je me déplace...			
	Moins souvent	Autant	Plus souvent
A pied	34.97%	40.49%	24.54%
En vélo	47.85%	43.56%	8.58%
En voiture	40.49%	48.47%	11.04%
En bus	11.73	18.52%	69.75%

Figure IX: Perception du changement de comportement chez les jeunes de 11ème année

5.3. Impact sur l'image des transports publics et fidélisation

5.3.1. Evaluation de l'image des transports publics chez les jeunes de 11ème année

L'image que projette l'utilisateur sur son moyen de transport est primordiale dans la fixation de ce mode de transport dans ses habitudes.

Ainsi, nous avons cherché à savoir si la détention d'un abonnement améliorerait l'image générale que l'on se fait des transports publics. Les élèves de 11ème année ont répondu ainsi :

Quel est ton sentiment général sur les transports publics ?			
	Négatif et plutôt négatif	Neutre	Positif et plutôt positif
Général (215 observations)	3.26%	46.51%	50.23%
Sans ABO (36 observations)	2.78%	55.56%	41.67%
Avec ABO (179 observations)	3.35%	44.69%	51.4%

Figure X: Sentiment général sur les transports publics selon disponibilité d'un abonnement de transports publics

Bien qu'il faille prendre les résultats avec prudence, on constate que les jeunes n'ayant pas d'abonnements ont une vision un peu moins positive que ceux qui en possèdent un (42 contre 51% d'avis positif).

Notre action semble donc permettre d'améliorer l'image des transports publics dans la population.

5.3.2. Impact sur la fidélisation

La fidélisation est un enjeu majeur pour la réussite à long terme des objectifs de transfert modal et de changement de comportement de l'ensemble de la population. Le peu de recul temporel avec le début de l'action ne permet pas de présenter de résultats consolidés et des impacts à long terme, mais des observations et tendances qui vont dans le sens voulu :

Si en 2014 nous avions 47 jeunes disposant d'un abonnement annuel à l'âge de 21 ans, ils sont 60 en 2016, après avoir bénéficié du soutien de la ville durant une année. Cela représente une augmentation de 27%. Sur ces 60 abonnés, 38 en possédaient déjà un en 2015, soit un taux de fidélisation de 58%.

Nous allons évidemment procéder à un suivi régulier afin d'appréhender l'impact à long terme et de pouvoir ajuster, cas échéant, le dispositif.

5.4. Evaluation du dispositif mis en place

5.4.1. Besoins administratifs

Le dispositif mis en place repose sur une logique de minimisation des ressources nécessaires. Ainsi, le personnel existant a intégré les tâches liées à l'ABOADO dans son travail quotidien. Pour la troisième année, le temps de préparation et de coordination est restreint à quelques heures au total. Aucune ressource administrative supplémentaire n'a été nécessaire.

➔ Les coûts administratifs et de promotion se sont élevés à 3'950 francs en 2016, soit moins d'1% du montant alloués aux familles. Il s'agit certainement d'une des prestations publiques dont le ratio entre administration et service rendu présente le plus d'efficacité.

5.4.2. Choix de l'abonnement Onde Verte junior 2 zones comme base de réflexion

Bien que le bon puisse être utilisé sur tous les différents types d'abonnements annuels Onde Verte ainsi que sur l'abonnement général, la question de la pertinence de prendre comme base de réflexion, l'abonnement Onde Verte 2 zones peut se poser.

En analysant les ventes 2016 d'abonnements Onde Verte junior, nous constatons que sur les 1'776 abonnements vendus, 1'663, soit 93% couvrent uniquement 2 zones.

En matière de formation, l'abonnement Onde Verte 2 zones permet d'atteindre toutes les écoles primaires et secondaires de la commune. Il permet d'atteindre 63% des places de formation post-obligatoire du canton ainsi que 91% des places de formation HES et 100% des places de formation universitaires cantonales.

Pour les jeunes actifs, la zone couverte par l'abonnement Onde Verte 2 zones représente 48% des places de travail du canton et selon les données de l'Office fédéral de la statistique, 60% des actifs effectuent moins de 5 km pour se rendre au travail lorsqu'ils habitent une commune au centre d'une agglomération.

Pour les trajets de loisirs, les études calculent des distances moyennes pour les jeunes des centres-villes oscillant entre 6.7 km (6-12 ans) et 8.9 km (16-20 ans).

On constate que les distances moyennes nécessaires pour se rendre sur son lieu de loisirs sont inférieures aux limites de l'abonnement Onde Verte 2 zones. Cet élément est corroboré par les résultats de notre enquête auprès des écoliers de 11ème année. 94% des lieux de loisirs cités sont atteignables avec un abonnement 2 zones.

→ L'abonnement Onde Verte 2 zones couvre raisonnablement les besoins de notre population.

5.4.3. Atteinte du public-cible

Au 31 décembre 2016, 1'763 jeunes ont utilisé le bon ABOADO et bénéficié d'un abonnement à prix réduit pour 2'020 abonnements vendus au total (Onde Verte et AG). 87% des abonnements vendus ont bénéficié de l'offre de la Ville.

Parmi les 256 abonnements achetés sans bon, on trouve 90 abonnements payés par l'éorén dans le cadre de déplacements d'élèves pour besoin pédagogique. Il s'agit d'élèves scolarisés dans un collège hors de leurs bassins scolaires habituels et pour lesquels l'éorén prend en charge les transports. En intégrant ces 90 élèves, 91% des ventes sont expliquées.

On peut imaginer que le solde des abonnements achetés sans ABOADO provient des abonnements généraux achetés par renouvellement automatique, d'abonnements achetés par des employeurs ou tout simplement de clients qui n'ont pas tenu compte de l'information de la Ville.

Cet excellent taux démontre la qualité du système de distribution mis en place, la bonne communication de la Ville à ses citoyens ainsi que la très bonne coordination avec le personnel des guichets des prestataires de transports.

→ Nous pouvons donc assurer que le dispositif de distribution et de promotion rencontre son public et est efficace. En effet, la distribution active du bon est un élément essentiel de la croissance des ventes enregistrées.

5.4.4. Pertinence d'une action basée sur le prix

L'élasticité-prix de la demande est une mesure économique qui permet de démontrer l'impact d'une modification de prix sur le comportement d'achat du client. Cette mesure permet ainsi de calculer ou prévoir l'impact d'une hausse ou d'une baisse de prix sur la demande du bien ou service vendu. Cette approche doit mettre en évidence si une action politique sur le prix des titres de transport est pertinente pour atteindre des objectifs de mobilité.

Si l'Office fédéral des transports ne dispose pas de données consolidées et officielles pour déterminer une élasticité au niveau Suisse, la littérature, principalement anglo-saxonne, s'accorde sur le fait que le domaine des transports est généralement considéré comme inélastique, c'est-à-dire qu'une augmentation de prix de 1% entraîne une baisse de la demande de moins de 1%.⁹

⁹ Ces constats sont émis tant par les études de Webster and Bly (1980) que par les analyses de Oum, Waters II et Yong (1992) ou encore de Balcombe et al. (2004). D'autres travaux réalisés par le « Transportation Research Board » (2004) sur demande de l'administration fédérale américaine ont également mis en valeur les effets sur la consommation de transport d'une modification de prix dans

Effectivement, on considère généralement que le prix n'est pas le seul élément déterminant dans le choix modal et que d'autres facteurs tels que les habitudes ou les préférences personnelles ont un impact fort sur le choix du moyen de transport.

Le calcul de l'élasticité pour l'abonnement Onde Verte 2 zones soit le plus vendu, présente un résultat de -1.72^{10} correspondant à une demande élastique (et non inélastique) au prix. La demande d'abonnements de transport publics a augmenté plus que proportionnellement à la baisse du prix. En effet, la baisse du prix de 48% a entraîné une hausse de la demande de 83%.

On peut calculer une élasticité de -1.81 pour l'abonnement Onde Verte 3 zones (augmentation de 60% des ventes pour une baisse de 33% du prix). Le nombre d'observation pour les abonnements 4 zones et plus n'est pas suffisant pour tirer des conclusions solides.

→ Pour notre population-cible et dans le contexte particulier de l'agglomération neuchâteloise, la baisse du prix est donc une action particulièrement efficace en matière de politique de mobilité et d'incitation à l'acquisition de titres de transports publics.

Cet élément doit toutefois être interprété avec prudence en tenant compte que les prix des autres titres de transports n'ont pas évolués et sont donc comparativement moins attrayants. Il faut également prendre en compte d'une part les effets probables du dispositif de distribution et d'autre part le contexte particulier d'un pôle urbain qui offre une grande proximité avec les services et lieux de formation.

5.4.5. Impact sur les autres communes

En communiquant régulièrement dans les différents cercles traitant des transports publics (CRT-1, CDC-Mobilité, Commissions de la Ville de Neuchâtel) mais également auprès des autres acteurs (transN, Onde Verte, Service cantonal des transports, Union des Villes Suisses), notre mesure rencontre un vif intérêt et a suscité des démarches similaires.

le domaine des transports urbains au Etats-Unis. Ils démontrent qu'une élasticité moyenne de -0.40 peut s'appliquer au domaine des transports urbains au Etats-Unis

¹⁰ Nombre d'abonnements vendus : 1'663 en 2016 contre 907 en 2014

Prix payé par l'utilisateur : 238.50 francs en 2016 contre 459 francs en 2014

Formule : $E = (\text{Variation de la demande en \%}) / (\text{variation du prix en \%})$

$E = ((1663-907)/907) / ((238.50 - 459.00)/459.00) = 83\% / (-48\%) = (- 1.72)$

La commune de Corcelles-Cormondrèche offre désormais un tel bon aux moins de 20 ans et pas loin de 50% des jeunes éligibles l'ont utilisé.

La commune de Peseux a instauré une offre similaire pour leurs jeunes, à la rentrée scolaire d'août 2017.

6. Les aspects financiers

6.1. Impact sur les finances communales

Le coût de l'action s'est élevé en 2015 à 383'500 francs, dont 10'750 francs pour l'administration, la mise en place, la promotion, les travaux de graphisme et la distribution.

En 2016, ce montant s'est élevé à 416'900 francs, dont 3'950 francs pour la distribution, la promotion et l'administration. Cela représente un peu plus de 4.4% du montant payé au canton pour la participation au pot commun des transports (9'277'000 francs) et 3.8% du budget global alloué au service de la mobilité.

Il est important de rappeler ici que les investissements effectués dans les infrastructures de transport public ne suffisent pas à créer un changement significatif des comportements. Bien entendu, une offre de transport performante est un pré-requis, mais d'autres facteurs doivent être activés pour entraîner un changement durable dans les habitudes de transports.¹¹ L'ABOADO influence les coûts à charge des usagers et, par ses campagnes de distribution de bons, il abolit les obstacles bureaucratiques tout en créant un mouvement de groupe.

Notre action s'inscrit donc bien dans une politique de mobilité ambitieuse et complémentaire aux efforts considérables fournis en matière d'infrastructures.

6.2. Impact sur les coûts et recettes des autres acteurs

La figure suivante présente les estimations des recettes par catégorie d'abonnement pour les années 2014 et 2016 pour la population 0-20 ans de la Ville de Neuchâtel.

¹¹ Bierlaire et al. 2017, Kaufmann 2003,2008, Munafò et al. 2012

Ventes Onde Verte¹²	2014	2016	Variation
Abonnements mensuels	CHF 333'723.00	CHF 214'149.00	-CHF 119'574.00
Abonnements annuels	CHF 462'330.00	CHF 932'985.00	CHF 470'655.00
Total	CHF 796'053.00	CHF 1'147'134.00	CHF 351'081.00

Figure XI : produit théorique des ventes d'abonnements (0-20 ans de la Ville de Neuchâtel)

Nous constatons que malgré un report important des abonnés mensuels vers les abonnements annuels, le chiffre d'affaire d'Onde Verte a crû de 44% dans le segment des abonnements auprès de la population jeune de Neuchâtel. Il est difficile de chiffrer l'impact de la baisse des ventes des autres titres de transports, notamment en regard de l'augmentation des tarifs opérés à fin 2015.

Pour les familles, le montant dépensé en 2014 correspond au montant encaissé par Onde Verte, soit 796'000 francs. En 2016, le montant dépensé par les familles pour des abonnements Onde Verte est estimé à 813'000 francs. Cette augmentation de la participation financière des parents est de l'ordre de 2% alors que le nombre d'abonnés a augmenté de manière autrement plus importante (+83% d'abonnés annuel, -30% d'abonnés mensuels).

6.3. Impact sur le pot commun des transports

La répartition des charges des transports entre confédération, canton et communes est une mécanique complexe régie dans notre canton par la Loi sur les transports publics (LTP). Cette loi prévoit que le canton et les communes supportent le déficit des sociétés de transports pour les prestations commandées à hauteur de 60% pour le canton et 40% pour les communes.

En 2016, la charge totale à répartir entre canton et commune (pot commun) s'est monté à 64'900'000 francs dont 24'659'000 francs pour les communes. De ces parts communales, la Ville de Neuchâtel en a payé 37.6% soit 9'277'000 francs. (Le budget 2017 prévoit un montant de 9'900'000 francs).

Des ventes supplémentaires diminuent le déficit des transports. Ainsi, chaque franc supplémentaire généré diminue la charge du canton de 60 centimes, celle des communes de 40 centimes et celle de Neuchâtel en particulier de 15 centimes. Toutefois, d'autres facteurs influencent également le pot commun.

¹² Nous ne disposons pas des données pour les abonnements CFF

Toute chose restant égale par ailleurs, nous pouvons estimer que la Ville a contribué par son action à réduire le déficit des transports d'environ 350'000 francs, représentant l'augmentation des recettes des abonnements Onde Verte.

La charge à répartir est donc moindre, soit une diminution de 210'000 francs pour le canton (60% de 350'000 francs) et 140'000 francs pour les communes (40%), dont 52'640 francs sur la part à la charge de la Ville (37.6% du 40% de 350'000 francs).

Le coût théorique de l'action ABOADO se monte ainsi à 364'260 francs en tenant compte de la baisse du déficit des transports liée à la croissance des ventes d'abonnements.

7. Propositions de poursuite du projet

Fort des résultats obtenus, le Conseil communal propose deux axes pour la poursuite et le développement de sa politique de mobilité urbaine durable:

- Pérennisation de la prestation ABOADO pour les jeunes de 0-20 ans en intégrant son coût au budget de fonctionnement ;
- Mise en place d'une nouvelle phase pilote de 3 ans pour tester cette incitation auprès des jeunes de 20 à 25 ans.

7.1. Pérennisation de la prestation pour les moins de 20 ans

Les excellents résultats démontrés en termes d'augmentation des ventes et de transfert modal conduisent le Conseil à vous proposer de pérenniser la prestation ABOADO en l'inscrivant à son budget de fonctionnement ordinaire.

L'expérience acquise, avec une dépense 2016 de 416'000 francs, démontre qu'un montant annuel de 500'000 francs sera suffisant pour assurer la prestation à moyen terme.

La volonté d'intégrer l'action ABOADO au budget de fonctionnement est également motivée par les conséquences de la récente modification de la loi sur les transports publics (LTP), qui revoit le calcul de la répartition des charges entre les communes. En effet, la Ville devrait voir ses charges baisser de manière importante par rapport au budget 2017¹³.

¹³ En attente de confirmation par le Service cantonal des transports.

Ainsi, malgré l'intégration de l'ABOADO dans le budget de fonctionnement, le budget 2018 de la section mobilité devrait être pour le moins stable par rapport au budget 2017.

Un suivi des taux de couverture mais également des fréquentations des lignes de bus sera mis en place et présenté annuellement dans le rapport de gestion de la section mobilité.

7.2. Ouverture au 20-25 ans

Les transports publics en Suisse offrent des tarifs junior jusqu'aux 25 ans inclus. Si nous avons limité l'offre ABOADO aux moins de 20 ans, c'était surtout par prudence financière. Il nous a paru sage de procéder par étapes. Or, au vu du succès, il nous paraît opportun de calquer notre prestation sur les catégories d'âge usuelles, mais aussi de renforcer la fidélisation des jeunes adultes.

Nous constatons actuellement que si en moyenne près d'un quart des jeunes neuchâtelois de 21 à 25 ans possèdent un abonnement annuel (Onde Verte ou Abonnement général) le taux passe de 30% à 21 ans à moins 15% à 25 ans. Seuls 3% des jeunes de 25 ans possèdent un abonnement Onde Verte. Il y a donc une baisse massive et une grande marge d'amélioration.

De fait, la population de 20 à 25 ans se trouve principalement en formation ou en début de carrière professionnelle. Selon les statistiques fédérales, 38% des jeunes de 15 à 25 ans sont salariés, 28% sont en formation, 22% sont apprentis et près de 9% sont au chômage ou non actifs. Près de 60% de notre population présente donc des revenus faibles ou nuls.

Ces jeunes sont encore régulièrement à la charge de leurs parents. A 24 ans, plus de la moitié des jeunes suisses vivent toujours dans le giron familial.

En ville de Neuchâtel, seuls 23% des 18-25 possèdent un permis de conduire. Or, c'est précisément dans ces années-là que les jeunes forment leurs projets de vie et où les habitudes de déplacement s'installent. Il nous semble donc particulièrement pertinent d'encourager ces jeunes adultes à prioriser ou au moins d'inclure durablement les transports publics dans leurs choix de mobilité.

Par ailleurs, en soutenant cette population, nous soulageons efficacement les familles, qui supportent déjà des coûts élevés (écolages, assurances maladies, entretien, etc.) et les budgets des jeunes en début de carrière. Neuchâtel deviendra davantage une ville « amie des familles » et attractive pour les jeunes.

Inclure les 20 à 25 ans dans l'ABOADO serait également un message de soutien au développement de nos pôles de formation et une invitation à cette population à s'installer durablement dans notre cité.

7.2.1. Population étudiante

Des précisions concernant la population étudiante de l'Université de Neuchâtel nous ont été transmises par l'Institut de géographie dans son enquête sur la Mobilité des étudiants-es et collaborateurs-trices de l'Université de Neuchâtel. Cette étude, co-financée par l'Université et la Ville de Neuchâtel cherche à identifier les pratiques de mobilité quotidienne et la formation des choix modaux.

Nous y apprenons que si la distance est le principal critère qui détermine le moyen de transport utilisé (pour toutes les catégories de population questionnées : étudiants, professeurs, personnel de l'université), le prix des transports est le second facteur le plus critique pour les étudiants. Ce critère n'est pas mentionné par les autres catégories de population qui priorisent des critères écologiques, de santé ou la possibilité de lier son déplacement à d'autres activités.

Les contraintes financières sont donc déterminantes pour les étudiants qui vivent avec un budget mensuel compris entre 0 et 3'000 francs.

Il est cohérent d'encourager cette population à utiliser les transports publics. Car si l'étude démontre la forte propension des étudiants à se déplacer à pied pour se rendre à l'Université, nous rappelons ici qu'une part importante des déplacements concerne les loisirs et autres activités pour lesquels le transfert modal est souhaitable.

L'auteur de l'étude recommande fermement le développement de l'ABOADO jusqu'à 25 ans, il y voit une amélioration conséquente des modes de mobilité durables.

Environ 300 jeunes fréquentant l'Université de Neuchâtel seraient concernés par l'élargissement de l'offre ABOADO.

7.2.2. Ouverture aux 20-25 ans – budget pour 3 ans de test

Au 31 décembre 2016, 23% des jeunes de 20 à 25 disposaient d'un abonnement de transport public annuel (Onde Verte ou AG), soit 535 sur une population totale de 2'313 individus.

Un budget arrondi à 300'000 francs par an permettra de doubler la part de jeune qui dispose d'un abonnement de transport public annuel. Comme pour la phase-test des moins de 20 ans, nous proposons de prélever ce montant au fonds d'accessibilité au centre-ville (voir article 2 du projet d'arrêté n°2).

8. Consultations

La Commission Mobilité et Stationnement sera consultée le 20 septembre 2017.

La Commission financière sera consultée le 28 septembre 2017.

9. Conclusions

La politique de la Ville en faveur d'une mobilité urbaine durable est ambitieuse et elle actionne plusieurs leviers. Il est fondamental d'améliorer la part modale des transports publics, notamment auprès des générations à venir. Les résultats obtenus à travers l'action ABOADO après deux années d'exercice sont excellents. Les ventes augmentent fortement et la fréquentation des lignes du centre-ville démontrent une croissance bien plus importante que le réseau cantonal en général.

Nous constatons que l'action sur le prix de l'abonnement et la création d'une acceptation collective encouragent clairement le développement de la clientèle « jeune ». L'approche de privilégier une politique de mobilité globale plutôt que de viser seulement les déplacements scolaires a été clairvoyante. Si nous avons constaté que la plupart des élèves continuent à aller à l'école à pied, c'est bien les comportements lors des trajets pour des motifs de loisirs qui ont évolué.

L'action ABOADO a atteint ses objectifs en matière d'incitation à l'utilisation des transports publics d'autant plus que deux communes voisines offrent désormais une prestation similaire.

Du côté des aspects financiers, 4% du budget mobilité ont suffi pour quasi doubler le nombre de jeunes avec abonnement, - c'est un excellent ratio de coût-bénéfice. La LTP prévoit une modification de la répartition des coûts du pot commun des transports qui devrait réduire notre charge en 2018. Ainsi l'intégration de l'ABOADO dans le budget de fonctionnement de notre ville devra pouvoir se faire sans augmenter les dépenses pour les transports publics par rapport à 2017.

Le Conseil communal vous propose donc de pérenniser le dispositif testé et de mettre en place une nouvelle période de test pour étendre cette prestation à la population des 20-25 ans.

Nous vous invitons, Madame la Présidente, Mesdames, Messieurs, d'accepter les arrêtés ci-après.

Neuchâtel, le 4 septembre 2017

AU NOM DU CONSEIL COMMUNAL:

Le président,

Le chancelier,

Fabio Bongiovanni

Rémy Voirol

Projet I

**Arrêté
concernant la politique d'incitation à l'utilisation des transports
publics chez les jeunes jusqu'à 20 ans (ABOADO)**

Le Conseil général de la Ville de Neuchâtel,

Sur la proposition du Conseil communal,

arrête :

Article premier.- Un montant de 500'000 francs est attribué annuellement pour la participation aux frais d'achat des abonnements annuels Onde Verte et des abonnements généraux annuels CFF pour les jeunes résidants en Ville de Neuchâtel et jusqu'à leur 20^{ème} année révolue.

Art. 2.- Le Conseil communal est chargé de l'application du présent arrêté

Projet II

Arrêté concernant la politique d'incitation à l'utilisation des transports publics chez les jeunes de 20 à 25 ans (ABOADO)

Le Conseil général de la Ville de Neuchâtel,

Sur la proposition du Conseil communal,

a r r ê t e :

Article premier.- Un montant de 300'000 francs est attribué annuellement, pour une durée de 3 exercices, pour la participation aux frais d'achat des abonnements annuels Onde Verte et des abonnements généraux annuels CFF pour les jeunes résidants en Ville de Neuchâtel âgé de 20 à 25 ans révolus.

Art. 2.- Un montant équivalent est prélevé au fond d'accessibilité au centre-ville pour en assurer le financement

Art. 3.- La Direction de la Mobilité est chargée de produire un rapport d'évaluation au terme des 3 années de financement accordé.

Art. 4.- Le Conseil communal est chargé de l'application du présent arrêté

Annexe 1 : Détail des ventes d'abonnements Onde Verte annuels et des taux de couverture

Evolution des ventes d'abonnements annuels	2014			2015			2016			Evolution du taux de couverture	
	Pop.	Abo vendus	% couverture	Pop.	Abo vendus	% couverture	Pop.	Abo vendus	% couverture	2014-2015	2014-2016
6 ans	289	1	0.35%	327	2	0.61%	279	2	0.72%	76.76%	107.17%
7 ans	296	4	1.35%	291	5	1.72%	311	6	1.93%	27.15%	42.77%
8 ans	296	3	1.01%	290	7	2.41%	294	5	1.70%	138.16%	67.80%
9 ans	296	11	3.72%	297	19	6.40%	292	13	4.45%	72.15%	19.80%
10 ans	313	25	7.99%	293	59	20.14%	294	49	16.67%	152.11%	108.67%
11 ans	303	56	18.48%	310	120	38.71%	283	93	32.86%	109.45%	77.81%
12 ans	291	78	26.80%	295	143	48.47%	302	175	57.95%	80.85%	116.19%
13 ans	302	98	32.45%	295	175	59.32%	295	189	64.07%	82.81%	97.43%
14 ans	302	114	37.75%	291	177	60.82%	298	205	68.79%	61.13%	82.24%
15 ans	302	133	44.04%	305	193	63.28%	300	204	68.00%	43.69%	54.41%
16 ans	324	126	38.89%	303	208	68.65%	304	202	66.45%	76.52%	70.86%
17 ans	296	143	48.31%	333	228	68.47%	316	256	81.01%	41.72%	67.69%
18 ans	336	94	27.98%	305	158	51.80%	347	182	52.45%	85.17%	87.48%
19 ans	357	59	16.53%	363	102	28.10%	355	125	35.21%	70.02%	113.06%
20 ans	400	44	11.00%	397	71	17.88%	400	96	24.00%	62.58%	118.18%
21 ans	463	52	11.23%	438	47	10.73%	417	60	14.39%	-4.46%	28.11%
22 ans	434	55	12.67%	473	50	10.57%	415	59	14.22%	-16.59%	12.18%
23 ans	478	33	6.90%	456	41	8.99%	468	53	11.32%	30.24%	64.04%
24 ans	522	37	7.09%	502	41	8.17%	488	46	9.43%	15.23%	32.99%
25 ans	517	18	3.48%	559	20	3.58%	525	17	3.24%	2.76%	-6.99%
Total	7'117	1'184	16.64%	7'123	1'866	26.20%	6'983	2'037	29.17%	57.47%	75.35%
Total 10-20 ans	3'526	970	27.51%	3'490	1'634	46.82%	3'494	1'776	50.83%	70.19%	84.77%