Meilleures pratiques du secteur des transports publics pour augmenter la part des transports publics

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Entreprises de transport** | Transports publics neuchâtelois transN | | | | | |
| **Personne de contact**  **(y compris l’adresse e-mail)** | Patricia Borloz, patricia.borloz@transn.ch | | | | | |
| **Mesure de la**  **Augmentation de la part des transports en ligne** | Campagne « au fil de nos lignes » | | | | | |
| **Résumé dela mesure** | Campagne avec notamment la création de cartes de voyage proposant des activités culturelles, sportives, gastronomiques en prenant nos lignes de bus et de train comme fil rouge de la découverte | | | | | |
| **Objectif de la mesure** | Motiver les habitants et visiteurs à découvrir notre région pendant cette période où les voyages lointains sont peu accessibles | | | | | |
| **Groupe cible** | Habitants du canton et touristes | | | | | |
| **Champ d’action de la mesure** | Transport à longue distance | Transport régional | | Ortsverkehr | | Transports touristiques |
| **Situation** | Action mise en œuvre    Le début de la mise en œuvre a eu lieu en juillet 2020. De nouvelles cartes viennent enrichir la collection au fil du temps | | Mesures en  Planification | | Action non encore planifiée | |
| **Optionnel:**  **Evaluation /**  **Rapport d’expérience** | Commentaires positifs | | | Commentaires négatifs | | |
| * Collaboration étroite avec les acteurs touristiques qui apprécient la démarche et la mette en avant * Dynamise nos points de vente avec une offre sympathique qui change, appréciée autant par les collègues que par les visiteurs des POS | | | * Difficile de quantifier les résultats * ... | | |

Merci pour vos commentaires jusqu’à la fin du mois de **mars:** *modalsplitstudie@voev.ch*