

Marseille, le 7 6 JAN. 2024

La Présidente

Prune.HELFTER-NOAH@ampmetropole.fr

DOSSIER SUIVI PAR :  
Delphine LE RUDULIER  
DGD MOBILITES DURABLES INFRA VOIRIE  
T :  
Adresse mail : delphine.lerudulier@ampmetropole.fr

**Objet : Réponse question écrite Mme HELFTER-NOAH**

Madame la Conseillère Métropolitaine,

Dans une question écrite adressée le 17 novembre, vous m'interrogez sur le coût de la gratuité dans les transports à Marseille et dans la métropole.

Le coût récurrent de la lutte contre la fraude :

Les moyens affectés par la Métropole et son opérateur, la RTM, à la lutte contre la fraude s'élèvent à 15.9 millions d'euros, comprenant la masse salariale, l'habillement et les frais divers, ainsi que l'enquête fraude réalisée par la Métropole. Les autres charges de sureté ne sont pas prises en compte car ne relevant pas directement de la lutte contre la fraude. Il est également à noter qu'en cas de déploiement de la gratuité, les personnels de contrôle seraient redistribués sur d'autres activités et resteraient donc portés par la Métropole.

Le coût des investissements réalisés pour lutter contre la fraude

L'investissement global de la Métropole dans l'équipement des stations de métro en portillons anti-fraude s'élève à 7.3 M€ entre 2023 et 2028, en accompagnement des rénovations de stations. S'y ajoutent le coût de l'extension actuelle des locaux fraude, dont l'AP s'élève à 890 k€.

Le coût récurrent de l'activité marketing, vente et billettique

L'activité marketing, vente et billettique comprend les moyens affectés par RTM à l'activité « commercial et marketing » (5.7 millions d'euros de masse salariale et frais divers), les frais affectés par la RTM à l'activité « vente - caisse » (3 millions d'euros comprenant la masse salariale, la billetterie et les frais divers comme transports de fonds), ainsi que les frais directement portés par la Métropole, comme l'animation commerciale,

ou la maintenance des applicatifs billettique (1.2 millions). Il est également à noter qu'en cas de déploiement de la gratuité, les personnels affectés à ces missions seraient redistribués sur d'autres activités et resteraient donc portés par la Métropole.

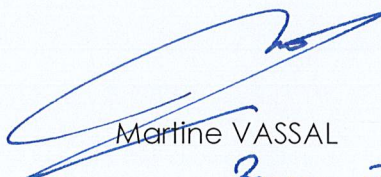
#### Le coût des investissements effectués dans le marketing, la vente et la billettique

Les investissements effectués dans le marketing, la vente et la billettique concernent ceux portés par la RTM en matière d'équipement et de systèmes d'information (4.4 millions à ce jour), et ceux portés par la Métropole pour le déploiement de l'open paiement (6 millions d'euros).

En résumé, et pour répondre de manière tout à fait exhaustive à vos interrogations, les crédits identifiés sur l'année 2022 s'élèvent à 25.5 M€ de coût de fonctionnement global, soit 12M€ avec un maintien de 50% des effectifs concernés (et moyens afférents), et 6.2 millions d'euros d'investissement.

Ainsi que je m'y suis engagée, nous aurons l'occasion d'échanger de manière globale sur cette question de la gratuité des transports en commun dans les semaines à venir à l'occasion d'une commission mobilité. Quelles économies, quels coûts induis, quelles nouvelles recettes ou quelles alternatives ? Autant de questions qui animeront le début de cette année, dans un débat que je souhaite ouvert, serein et responsable, et qui sera utilement éclairé par l'étude que j'ai commandée aux services de la Métropole.

Dans cette attente, je vous prie d'agréer, Madame la Conseillère Métropolitaine, l'expression de mes salutations distinguées.



Martine VASSAL  
*Zem à ms*